



وزارة التعليم العالي  
والبحوث العلمي  
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف



**UNIVERSITE CHADLI BENJEDID -EL- Tarf**

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

**Faculté Des Sciences Economique, Commercial Et Sciences Des Gestion**

السنة الجامعية: 2018/2019

الرقم التسلسلي:

قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة في اطار متطلبات نيل شهادة الماستر

تحت عنوان:

دور تطوير السياحة الجزائرية في دعم عملية التنمية  
الاقتصادية خلال الفترة 2010-2017

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

تحت إشراف:

الدكتورة سالم راضية

من إعداد الطالبتين:

- نمشة حبيبة

- زوقاري نريمان

## ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على إمكانية تطوير السياحة الجزائرية من خلال إبراز نقاط الضعف في السياسات السياحية في الجزائر، وذلك بتقييم أدائها وعرض وتحليل واقع ومعوقات تنمية السياحة بها، إذ تلعب هذه الأخيرة دورا بالغ الأهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية، من خلال التأثير على ميزان المدفوعات والتشغيل والنتائج المحلي الإجمالي، وكذا المساهمة في تقليص معدلات البطالة، هذا بالإضافة إلى خلق قيمة مضافة وتحسين الدخل الفردي، وتنمية البنية التحتية. ولتحقيق ذلك، فقد تم عرض دراسة تحليلية لمجموع مؤشرات التنمية الاقتصادية ذات الصلة بالقطاع السياحي للفترة 2010-2017، آخذين بعين الاعتبار تجارب بعض الدول العربية الناجحة في هذا المجال، وكيفية استفادة الجزائر منها.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: أنه على الرغم من كل الجهود المبذولة من طرف السلطات ومخططاتها التوجيهية، وتوفر الجزائر على إمكانيات متنوعة تجعلها قادرة على أن تكون قطبا سياحيا يعتمد عليه مستقبلا للنهوض بالاقتصاد الوطني، وجعله بديلا لقطاع المحروقات إلا أنها لم تتمكن بعد بالارتقاء والنهوض بالقطاع السياحي ومواكبة الدول المتقدمة في هذا المجال على المستوى الإفريقي وحتى العالمي.

**- الكلمات المفتاحية:** سياحة، تنمية اقتصادية، أثر، تطوير، الجزائر.

---

---

## Résumé

Cette étude a pour objectif d'identifier la possibilité de développer le tourisme algérien, à partir de souligner les points faibles dans les politiques du tourisme en Algérie, en évaluant ses performances, en présentant et analysant la réalité et les obstacles de son développement touristique, ce dernier joue un rôle très important dans le développement économique, qui influe positivement sur la balance des paiements, l'emploi et le produit intérieur brut, en plus la contribution de diminuer les taux de chômage, ainsi que de créer une valeur ajoutée, améliorer le revenu individuel et développer les infrastructures.

Pour atteindre ces objectifs, une étude analytique a été présentée sur l'ensemble des indicateurs de développement économique liés au secteur tourisme pour la période 2010-2017, On a pris en considération le succès des expériences de certains pays arabes prospère dans ce domaine.

Cette étude a conclu plusieurs résultats parmi lesquelles: malgré les efforts déployés par les autorités et leurs systèmes de planification, et l'Algérie dispose d'un large éventail de possibilités lui permettant de devenir un pôle touristique viable pour développer l'économie nationale et en faire une alternative au secteur des hydrocarbures. Cependant, il n'a pas encore été en mesure de moderniser et de promouvoir le secteur touristique et d'accompagner les pays développés dans ce domaine au niveau africain et même mondial.

**-Mots clés:** tourisme, développement économique, impact, développer, Algérie.

-إهداء-

" الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ "

إلى سبب وجودي في الحياة... حسين نمشة.

إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاءها سر نجاحي..اونيسة حسيني.

إلى أخوتي وزوجاتهم سدد الله خطاهم حمزة شاكر ،صفاء وأحلام.

وبالأخص أحمد وزهيه.

إلى ابنة أخي ساجدة.

إلى كل رفقاء الدرب الذين كانوا سند لي حفظهم الله ورعاهم.

إلى أصدقائي ومن عرفناهم طيلة المشوار الدراسي وفقهم الله.

نريمان وريم

إلى كل من أضاء بعلمه عقل غيره.

أهدي ثمرة جهدي.

حبيبة

-إهداء-

﴿الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله﴾

إلى سبب وجودي في الحياة... والدي الحبيب خميسي زوقاري .

إلى بسملة الحياة وسر الوجود

إلى من كان دعاءها سر نجاحي، أمي الغالية دليلة براهيم

إلى إخوتي سدد الله خطاهم ووفاهم على قدر

فضلهم حسنات يوم الحساب شيماء، دنيا.

إلى ابنة أختي: ميرال أسيل.

إلى كل أفراد العائلة الكريمة أنار الله درهم.

إلى كل رفقاء الدرب الذين كانوا سندا لي حفظهم الله

ريمه، حبيبة.

نَارِيَمَاتُ

## -شكر وعرفان-

"وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ"

لكل مبدع انجاز و لكل شكر قصيدة و لكل مقام مقال، ولكل نجاح شكر و تقدير، أول الشكر لله الواحد القهار صاحب الفضل والإكرام أكرمنا بنعمة الإسلام ويسر لنا سبيل العلم، فله الشكر حتى يرضى وله الشكر بعد الرضا والصلاة والسلام على المصطفى صلى الله عليه وسلم تسليما كثيرا.

ثم كامل الشكر والتقدير لأستاذتنا الفاضلة: الدكتورة سالم راضية، لتفضلها بالإشراف على هذا العمل، ولما لها من جهود فاضلة ومقترحات وملاحظات قيمة أثمرت إيجابا فيما قدمناه، فجزاها الله عنا خير الجزاء.

كما نتوجه بالشكر لوالدينا الكريمين حفظهم الله على تشجيعهم ومساندتهم لنا طيلة فترة الدراسة، كما لا ننسى كل من ساعدنا على إتمام هذا العمل من قريب أو بعيد. كما لا يفوتنا أن نشكر أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذا العمل، وتسخيرهم وقتنا لقراءته وتقييمه.

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
19	مكونات النشاط السياحي	1-1
23	الخصائص التي يتكون منها المنتج	2-1
28	حالات التباين الواسعة القائمة في قطاع الخدمات	3-1
31	دورة حياة المنتج السياحي	4-1
42	نموذج بتلر لمراحل التنمية	5-1
69	أهم الحلقات المفرغة بين جانبي العرض والطلب	1-2
129	إجمالي عدد العمالة المرتقب الموزع على مناطق التوسع السياحي	1-3
133	المتعاملون والشركاء الخمسة، أهداف استراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025	2-3
141	الوزارة المكلفة بالسياحة.	3-3
146	استعمال التحليل الوظيفي في تركيب المنتجات السياحية	4-3
149	مؤشر الجدول الزمني ورقة الطريق	5-3

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
25	المضامين التطبيقية لمفهوم دورة حياة المنتج في تخطيط الاستراتيجية التسويقية	1-1
30	الفروقات بين سمات الخدمة السياحية والمنتج	2-1
66	مراحل ومميزات المجتمع	1-2
83	تطور الطاقات الاستيعابية للفنادق المصنفة بمعيار عدد الأسرة	2-2
83	عدد وحركة السياح الوافدين إلى المغرب	3-2
84	عدد الليالي التي قضاها السياح بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة	4-2
84	عائدات السياحة في الاقتصاد المغربي	5-2
91	إنجازات القطاع السياحي التونسي لسنة 2013	6-2
92	إنجازات القطاع السياحي التونسي لسنة 2014	7-2
93	إنجازات القطاع السياحي التونسي لسنة 2015	8-2
112	توزيع طاقات الايواء حسب درجة التصنيف للفترة 2010-2017	1-3
113	توزيع طاقات الايواء حسب نوع المنتج السياحي للفترة 2010-2017	2-3
114	توزيع طاقات الايواء تبعا للشكل القانوني للفترة 2010-2017	3-3
114	تطور تدفقات السياح إلى الجزائر للفترة 2010-2017	4-3
115	تطور الليالي السياحية للفترة 2010-2017	5-3
116	ترتيب الجزائر عالميا وعربيا ضمن مؤشر تنافسية العالمي خلال الفترة 2010-2017	6-3
117	ترتيب الجزائر في المحاور الرئيسية ضمن مؤشر التنافسية العالمي خلال الفترة 2010-2017	7-3
125	التدفقات السياحية والميزان السياحي للفترة 2010-2017	8-3
125	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة 2010-2017	9-3

---

---

127	مساهمة السياحة في التشغيل للفترة 2010-2017	10-3
128	معدل البطالة في الجزائر للفترة 2010-2017	11-3
135	بيان خطة الأعمال بالأرقام	12-3
144	تقييم التنمية المستدامة	13-3

قائمة المختصرات

المختصر	معنى المختصر
<b>POT</b>	Pôles touristiques d'excellence
<b>POT.N.E</b>	Pôles touristiques d'excellence Nord-est
<b>POT.N.C</b>	Pôles touristiques d'excellence Nord-centre
<b>POT.N.O</b>	Pôles touristiques d'excellence Nord-ouest
<b>POT.S.E</b>	Pôles touristiques d'excellence Sud-est
<b>POT.S.O</b>	Pôles touristiques d'excellence Sud- ouest
<b>POT.G.S</b>	Pôles touristiques d'excellence Grand-sud
<b>POT.G.S</b>	Pôles touristiques d'excellence Grand-sud
<b>VTE</b>	Villages touristique d'excellence
<b>SDAT</b>	Schéma Directeur d'aménagement touristique
<b>SNAT</b>	Schéma National d'Aménagement du Territoire
<b>ZTE</b>	ZTE zones d'Expansion Touristique
<b>PQT</b>	Plan de la Qualité Touristique.
<b>PFT</b>	Programme de Financement du Tourisme
<b>PME</b>	Petites et Moyennes Entreprises.
<b>ANDT</b>	agence Nationale de développement du tourisme
<b>ONT</b>	office National du Tourisme

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
I	- ملخص .....
II	- Résumé .....
III	- إهداء .....
V	- شكر وعرفان .....
VI	- قائمة الأشكال .....
VII	- قائمة الجداول .....
IX	- قائمة المختصرات .....
X	- فهرس المحتويات .....
ب	- المقدمة .....
<b>- الفصل الأول: الإطار النظري لمفهوم السياحة</b>	
02	- تمهيد .....
03	1. مفاهيم أساسية حول مفهوم السياحة .....
03	1.1. نشأة وتعريف السياحة والسائح .....
03	1.1.1. نشأة السياحة .....
05	2.1.1. تعريف السياحة .....
07	3.1.1. تعريف السائح .....
07	2.1. أهمية السياحة وخصائصها .....
07	1.2.1. أهمية السياحة .....
08	2.2.1. خصائص السياحة .....
09	3.1. دوافع وأنواع السياحة وتأثيراتها .....
09	1.3.1. دوافع السياحة .....

10	..... أنواع السياحة 2.3.1
13	..... التأثيرات الرئيسية الناجمة عن السياحة 3.3.1
15	..... النشاط السياحي 2
15	..... ماهية النشاط السياحي 1.2
15	..... تعريف النشاط السياحي 1.1.2
15	..... أركان النشاط السياحي 2.1.2
16	..... مكونات النشاط السياحي 3.1.2
19	..... طبيعة النشاط السياحي 2.2
19	..... مقومات الجذب السياحية 1.2.2
21	..... الأسس التي تقوم عليها السياحة 2.2.2
23	..... المنتج السياحي 3.2
23	..... التوازن النسبي لعناصر الخدمة في إجمالي عملية تقديم او عرض المنتج 1.3.2
26	..... ماهية الخدمات السياحية ومحتواها 2.3.2
33	..... دور الاستثمار السياحي في الاقتصاد 3
33	..... الاستثمار السياحي 1.3
33	..... تعريف الاستثمار السياحي 1.1.3
34	..... مميزات الاستثمار السياحي 2.1.3
35	..... متطلبات ومحددات الاستثمار السياحي والعوامل المؤثرة فيه 3.1.3
37	..... التنمية السياحية 2.3
37	..... مفهوم التنمية السياحية وأهدافها 1.2.3
38	..... الدور التنموي للنشاط السياحي 2.2.3
40	..... خطة التنمية السياحية 3.2.3
43	..... أثر التنمية السياحية على الاقتصاد 3.3
45	..... - خلاصة الفصل الأول

- الفصل الثاني: القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية: خلفية نظرية تجريبية

47	- تمهيد .....
48	1. مفاهيم أساسية حول التنمية والتنمية الاقتصادية.....
48	1.1. التطور التاريخي لمفهوم التنمية .....
49	2.1. التنمية: التعريف، الخصائص والمجالات.....
49	1.2.1. تعريف التنمية.....
50	2.2.1. خصائص التنمية .....
52	3.2.1. مجالات التنمية.....
54	3.1. التنمية الاقتصادية: التعريف، المتطلبات، ومصادر تمويلها.....
54	1.3.1. تعريف التنمية الاقتصادية ومتطلباتها.....
59	2.3.1. مصادر تمويل التنمية الاقتصادية.....
65	3.3.1. نظريات التنمية الاقتصادية.....
77	2. مؤشرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية في القطاع السياحي.....
77	1.2. الناتج المحلي الإجمالي مقياس الأداء الاقتصادي PIB.....
78	2.2. الميزان السياحي والتضخم.....
78	1.2.2. الميزان السياحي.....
79	2.2.2. التضخم.....
80	3.2. البطالة والسياحة.....
82	3. عرض تجارب ناجحة في مجال السياحة وأثرها على البيئة الاقتصادية.....
82	1.2. عرض التجربة المغربية في المجال السياحي.....
82	1.1.3. التجربة المغربية في مجال التميز السياحي.....
85	2.1.3. أهمية السياحة في الاقتصاد المغربي.....

85	3.1.3. مشاكل القطاع السياحي المغربي والتدابير اللازمة للنهوض بالسياحة المغربية.....
87	2.3. التجربة المصرية في مجال السياحة... ..
88	1.2.3. أنواع ومقومات السياحة في مصر.....
89	2.2.3. أهمية السياحة في الاقتصاد المصري .....
90	3.2.3. معوقات السياحة في مصر والحلول المقترحة للترويج السياحي .....
91	3.3. التجربة التونسية في مجال السياحة.....
91	1.3.3. السياحة التونسية في أرقام.....
93	2.3.3. أهمية السياحة في الاقتصاد التونسي.....
94	3.3.3. عوامل نجاح السياحة في تونس ومعوقاتها.....
96	- خلاصة الفصل الثاني .....
<b>- الفصل الثالث: واقع السياحة في الجزائر: تحليل الأداء وتشخيص الواقع</b>	
98	- تمهيد .....
99	1. البيئة الاستثمارية والأقطاب السياحية في الجزائر.....
99	1.1. البيئة الاستثمارية السياحية في الجزائر.....
99	1.1.1. الأحكام القانونية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر وفق قانون 03-01.....
101	2.1.1. الأحكام القانونية المتعلقة بالاستعمال والاستغلال السياحيين للشواطئ في الجزائر وفق القانون (02-03).....
102	3.1.1. الأحكام القانونية المتعلقة بمناطق التوسع والمواقع السياحية في الجزائر وفق قانون 03-03.....
104	2.1. الأقطاب السياحية السبعة للامتياز في الجزائر (POT).....
105	1.2.1. القطب السياحي للامتياز شمال شرق (POT.NE).....
105	2.2.1. القطب السياحي للامتياز شمال وسط (POT.N.C).....
106	3.2.1. القطب السياحي للامتياز شمال غرب (POT.N.O).....
106	4.2.1. القطب السياحي للامتياز جنوب شرق "الواحات" (POT.S.E).....

107	5.2.1. القطب السياحي للامتياز جنوب غرب-توات القرارة (POT.S.O).....
107	6.2.1. القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير- ناجر (POT.G.S).....
108	7.2.1. القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير-المقار (POT.G.S).....
109	2. تشخيص وتحليل واقع السياحة في الجزائر.....
109	1.2. القدرات والإمكانيات السياحية الطبيعية، التاريخية، والثقافية للجزائر.....
109	1.1.2. الإمكانيات الطبيعية.....
111	2.1.2. الإمكانيات التاريخية والثقافية.....:
111	2.2. تحليل متغيرات العرض والطلب السياحي في الجزائر.....
111	1.2.2. تحليل متغيرات العرض السياحي.....
114	2.2.2. واقع الطلب السياحي في الجزائر.....
115	3.2. تنافسية القطاع السياحي في الجزائر.....
118	1.3.2. المتطلبات الأساسية.....
119	2.3.2. محفزات الكفاءة.....
120	3.3.2. عوامل الابتكار والتطور.....
124	3. أثر السياحة على التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر.....
124	1.3. أثر القطاع السياحي على بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية الحقيقية.....
124	1.1.3. تطور ميزان السياحة في الجزائر.....
125	2.1.3. السياحة والنتاج المحلي الإجمالي PIB.....
126	3.1.3. التضخم والسياحة في الجزائر.....
127	4.1.3. الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة في الجزائر.....
131	2.3. المخطط الاستراتيجي للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025):الحر كيات الخمسة.....
131	1.2.3. ماهو مشروع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT".....
134	2.2.3. بيان خطة الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الأهداف المادية والنقدية ل 2025.....

135	3.2.3. الحركات الخمس لتفعيل السياحة في الجزائر.....
139	3.3. تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية -المخطط العملي-.....
140	1.3.3. الإدارة السياحية الجديدة.....
142	2.3.3. إدارة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025).....
143	3.3.3. وضع جدول لتقييم التنمية المستدامة.....
146	4.3.3. استعمال التحليل الوظيفي في تركيب المنتجات السياحية.....
150	- خلاصة الفصل الثالث.....
152	خاتمة.....
156	قائمة المراجع.....

تسعى جميع البلدان في العالم إلى تحسين مستوياتها الاقتصادية الذي يلعب الدور الرئيسي في رفد وتغذية جميع القطاعات فيها، ومن المعروف أن لكل بلد قطاعاته الاقتصادية المختلفة، لكن بعض البلدان تتميز عن غيرها بغلبة نشاط قطاع على آخر، أو بامتلاكها مقومات معينة تميزها عن غيرها، وبذلك تتمحور قوة اقتصاد هذا البلد أو ذاك في التركيز على الجوانب التي تشكل حجر الزاوية لاقتصاده. وتتنوع هذه الجوانب تبعاً لعوامل متعددة يمتلكها البلد نفسه، قد تكون جغرافية، سياسية أو اجتماعية.

يأتي المشروع الاستثماري وعلاقته وتأثيره في عملية التنمية باختلاف طبيعة وأهداف وأحجام تلك المشاريع، ويسود الاعتقاد بأن المشاريع الصناعية عادة ما تكون أكثر تأثيراً على التنمية الاقتصادية من المشاريع الفلاحية، كما أن الصناعات في حد ذاتها تختلف في أهميتها وتأثيرها على عملية التنمية على الرغم من أن جميعها تساهم في زيادة الدخل الوطني وتوفير فرص التشغيل وزيادة الإنتاجية.

أما فيما يتعلق بالقطاع الخدمي، فإنه لا يقل أهمية من حيث تأثيره على التنمية نظراً لطبيعة وأهداف المشاريع المختارة، ففي عصر العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبح القطاع السياحي يحتل مكانة مرموقة من حيث تأثيره على القطاعات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ومن ثم مساهمته في الدخل الوطني.

إن دراسة جدوى في القطاع السياحي تقتضي الأخذ بالاعتبار اتجاهات حركة السياحة العالمية والمحيط الإقليمي والمحيط الخاص بموقع المشروع السياحي والمشاريع المنافسة له وغيرها من التفاصيل.

إن النمو المتوقع في قطاع السياحة والاعتماد المتزايد للعديد من البلدان النامية على هذا القطاع بوصفه أحد أكبر المشغلين والمساهمين في اقتصادها قد أبرز الحاجة لايلاء اهتمام خاص للعلاقة بين الحفاظ على البيئة وحمايتها من جهة وتبني مفهوم ومبادئ السياحة المستدامة من جهة أخرى. ونتيجة للتوسع السريع في قطاع السياحة، تواجه العديد من المقاصد السياحية التقليدية الناشئة ضغطاً متزايداً على بيئاتها الطبيعية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، بحيث أصبح هناك إدراك كبير بان النمو الكبير للسياحة والمهادف لتحقيق منافع على المدى القصير غالباً ما يفضي إلى تأثيرات سلبية تؤذي البيئة والمجتمع وتدمر الأسس التي تقوم عليها السياحة وتزدهر. بل على العكس من ذلك فعندما تكون السياحة مخططة ومطورة وتدار من خلال معايير تهدف إلى تحقيق الاستدامة يمكن لمنافعها أن تنتشر وتعم المجتمع والبيئات الطبيعية والثقافية.

إن مقومات التنمية الشاملة أصبحت تعتمد على مقومات التنمية الاقتصادية والسياحية بشكل متكامل مما يؤدي إلى تحقيق الأهداف المسطرة في المجتمعات المعاصرة، والجزائر كبلد يعتمد بنسبة كبيرة في إيراداته وبالتالي في تنميته الاقتصادية والاجتماعية على قطاع المحروقات وهنا لا بد أن نشير أنه من الضروري أن يفكر صناع القرار في استراتيجيات

## المقدمة

بديلة تتمثل أساسا في القطاع الصناعي نظرا لأنها تعد قاطرة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، فهي تعيش وتعارف وزهو حضاري ورواج اقتصادي ودعم للاقتصاد الوطني، وبوصفها خدمة إنتاجية تعود بالنفع لأنها تقوم على تفاعل مباشر بين السائح، والبيئة الاجتماعية المحيطة، وأفراد المجتمع المضيف وكذلك من خلال تحصيل أنواع مختلفة كالضرائب والرسوم على مختلف الأنشطة والخدمات السياحية (رسوم تأشيرات الدخول، ورسوم هبوط وإيواء الطائرات، ورسوم السفن البحرية، ورسوم على تذاكر السفر، وفواتير الإقامة بالفنادق... الخ)، وهذا نظرا لما تملكه الجزائر من رخاء وتنوع للإرث السياحي هذا ما خلق لها موقعا مهما وطموحا لدى الطبقة السياسية كي تجعل من السياحة موردا هاما ومساهما في آليات التنمية حيث يجعلها تخرج عن عزلها لتصبح قطبا سياحيا هاما.

ومن هنا أصبحت تنمية القطاع السياحي في الجزائر تشكل أولوية من أولويات الدولة التي تزعم تنفيذ هذا الخيار تبعا لاستراتيجية تركز على ترقية عدة أقطاب سياحية بالتعاون مع المجتمع المدني حتى تبلغ غايتها من سد الحاجة المتزايدة إلى منتج سياحي تنافسي من جهة وإلى الحفاظ على التراث الطبيعي والثقافي وتحسين الظروف المعيشية من جهة ثانية.

### 1. إشكالية البحث:

تبعا لما سبق، يحاول هذا البحث معالجة الإشكالية التالية: « ما جدوى الإجراءات والتدابير المعتمدة من قبل الجهات الوصية في الجزائر للنهوض بالسياحة وجعلها داعمة للتنمية الاقتصادية؟ ».

ويتفرع عن الإشكالية الرئيسية للبحث الأسئلة الفرعية التالية:

- ❖ ما هي مكانة السياحة في عملية التنمية؟.
- ❖ ما هو واقع القطاع السياحي في الجزائر؟.
- ❖ ما ينتظر من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، وهل مضمون هذا المخطط ملائم لترقية القطاع السياحي الجزائري؟.

### 2. فرضيات البحث:

على ضوء ما تقدم يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- ❖ **الفرضية الأولى:** يلعب قطاع السياحة دورا مهما في عملية التنمية وإقصاؤه يؤدي إلى إضعاف أداء الاقتصاد الوطني وحرمانه من مورد هام؛
- ❖ **الفرضية الثانية:** تتميز الجزائر بمقومات سياحية قادرة على المنافسة؛

❖ **الفرضية الثالثة:** يظهر اعتماد سياسة التنمية السياحية المستدامة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 في تعظيم آثارها الايجابية على التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، كما يفترض أن الجهود التي تبذلها الجزائر لا تزال غير كافية مقارنة بالمعايير العالمية العصرية.

### 3. أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في كون القطاع السياحي يمكن أن يصبح بديلا تنمويا فعال في الكثير من الدول، إذ تساهم السياحة في تنويع مصادر الدخل، وتنشيط باقي القطاعات الاقتصادية، وعليه يتوقف دعم المسيرة التنموية بشكل عام وهو ما يتجلى من خلال الاهتمام المتزايد للدراسات العلمية الأكاديمية حول أهمية السياحة على مستوى الاقتصاد العالمي أو المحلي، ونحن نعلم مدى أهمية المؤهلات التي تمتلكها الجزائر في مجال السياحة، وما يمكن أن تدره على الخزينة العمومية لو يتم استغلال هذه الإمكانيات على أحسن وجه.

### 4. أهداف البحث:

يأتي هذا البحث لتحقيق جملة الأهداف التالية:

- ❖ التعرف على أهمية المشاريع السياحية وما تدره من عائدات؛
- ❖ التعرف ببعض تجارب الدول النامية بصفة عامة والدول العربية بصفة خاصة في المجال السياحي وكيفية الاستفادة الجزائر منها؛
- ❖ محاولة التعرف على نقاط الضعف في السياسات السياحية في الجزائر من خلال تقييم أدائها وعرض وتحليل واقع ومعوقات تنمية السياحة بها؛
- ❖ محاولة وضع تصور (استراتيجية) لكيفية تنمية السياحة في الجزائر لترقية القطاع كبديل لاستغلال الثروة النفطية النابضة من أجل تحقيق تنمية؛
- ❖ العمل على إبراز منتج سياحي جزائري وتسهيل الضوء على أهم المشاريع السياحية الجديدة المقامة.

### 5. أسباب اختيار هذا الموضوع:

إن من أهم أسباب اختيار ودراسة هذا الموضوع ما يلي:

- ❖ الميزة السياحية للجزائر وشساعة مساحتها مما يجعلها بمثابة قبلة سياحية؛
- ❖ سعي الجزائر لإيجاد بديل اقتصادي لقطاع المحروقات؛
- ❖ التوجه الجديد لسياسة الدولة الجزائرية الذي بدأ يعطي أهمية للقطاع السياحي؛
- ❖ بقاء المنتج السياحي الجزائري متخلف عن جيرانه بالرغم من توفر الجزائر على إمكانيات أحسن من هذه البلدان؛

❖ ضرورة الاهتمام بالقطاع السياحي الجزائري وإعادة بعثه.

## 6. منهج البحث:

للإجابة على إشكالية البحث واختبار فرضياتها، سيتم الاعتماد على المناهج العلمية المناسبة مع الموضوع، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وهذا بغرض تغطية الجانب النظري من خلال تحديد المفاهيم العامة التي شكلت مدخلا للدراسة، وفي سبيل ذلك استعانت الدراسة بمنهجية دراسة حالة من خلال عرض بعض التجارب العربية في المجال السياحي ومقارنتها بالتجربة الجزائرية وذلك بالاعتماد على بعض الأدوات الإحصائية كالنسب المئوية ومعدلات النمو، والمستفاد من مؤسسات رسمية كوزارة السياحة وهيئات حكومية كالديوان الوطني للإحصاء ومنظمات عالمية كالمنظمة العالمية للسياحة.

## 7. الدراسات السابقة:

يمكن حصر أهم الدراسات السابقة ذات صلة بموضوع البحث في:

❖ دراسة (شعوبي 2006): (محمود فوزي شعوبي، " السياحة والفندقة في الجزائر، دراسة قياسية " 1974-

2002"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرع الاقتصاد القياسي، جامعة الجزائر).  
يعرض هذا البحث دراسة لقطاع السياحة والفندقة في الجزائر باستخدام مجموعة من أدوات القياس الاقتصادي وذلك بتشخيص بعض متغيرات العرض والطلب السياحي ومحاولة نمذجتها والتطلع إلى آفاقها، حيث بين التحليل الإحصائي لعناصر ميزان المدفوعات السياحي الضعف الشديد سواء على مستوى الإيرادات السياحية أو الإنفاق السياحي وسببه عوامل كثيرة ترجع بالدرجة الأولى إلى الواقع الأمني الذي شهدته الجزائر والذي انعكس بدوره على عدم الاهتمام الكافي لهذا القطاع بمختلف مكوناته، وكانت من أهم التوصيات المقدمة هو العمل المستمر لتكون أسعار تكلفة الإقامة مناسبة للسائحين الأجانب، وأن يراعي في إقرارها مدة الإقامة والموسم السياحي، وتكون منافسة لتلك المعمول بها في دول الجوار مما يساعد الدولة من تحقيق إيرادات سياحية أفضل.

❖ دراسة (عيساني 2009): (عامر عيساني، " الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة: حالة الجزائر"،

رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر - باتنة).

تعرض الدراسة الدور المستقبلي الذي يمكن أن يلعبه قطاع السياحة في تنويع قاعدة الاقتصاد الوطني الجزائري، وزيادة القدرة الإنتاجية لبناء سياحة مستدامة في ظل سن جملة من القوانين التنظيمية وهذا مقارنة مع المحاور الاستراتيجية التي اختارتها كل من تونس ومصر لتطوير قطاعها السياحي.

وقد كانت نتيجة مساهمة قطاع السياحة في الجزائر ضعيفة جدا مقارنة بما تم تحقيقه في كل من مصر وتونس (بالنسبة لسنة 2007)، ويتضح ذلك من خلال:

- مساهمة القطاع بالتشغيل ما نسبته 5,4% من حجم العمالة في الاقتصاد الوطني، في حين كانت نسبة المساهمة ب 17 في تونس، و 13,4 في مصر؛

- مساهمة القطاع بنسبة 6,3% في حجم الناتج الإجمالي المحلي، بينما كانت نسبة المساهمة ب 18,1 في تونس، و 16,3% في مصر؛

- الميزان السياحي في الجزائر سجل عجزا بنسبة تراوحت (-0,2% و -0,1%) خلال الفترة 2000-2008، في حين كانت أرصدة موازين السياحة في مصر وتونس موجبة حيث خلال 2008 أثبتت أن نسبة المساهمين حوالي 6,2% بالنسبة لتونس، و 4,6% بالنسبة لمصر.

هنا تؤكد الدراسة على ضرورة الاستفادة من التجارب السابقة للدول المتقدمة سياحيا: حيث أثبتت تجارب الدول التي لها رصيد سياحي كبير أن حسن الضيافة مع خدمة جيدة يساوي تدفقا سياحيا.

❖ دراسة (عشي 2010): (صليحة عشي، " الأداء والآثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب "، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر-باتنة).

تعرض الدراسة الإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها الدول محل الدراسة وكيفية توظيفها في القطاع السياحي، ومنه عرض المقومات السياحية في شكل دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس والمغرب ثم أخذ أهم مؤشرات السياحة في الدول الثلاث خلال الفترة المختارة من 1990-2008 من طاقات الإيواء وحجم الليالي السياحية من الآثار الاقتصادية والاجتماعية التي افرزها أداء قطاع السياحة، ومنه إبراز الفروقات بينها للوقوف على المعوقات التي تواجه مسار هذا القطاع في الدول الثلاثة وإن اختلفت في درجاتها من بلد لآخر، حيث توصلت الدراسة إلى النتائج التالية والتي من أهمها، ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري نظرا للاعتماد الكلي على قطاع المحروقات والصناعات الثقيلة وإهمال دور القطاع الخاص في هذا المجال (الوطني والأجنبي)، كذلك غياب سياسة تسويقية للمنتوج السياحي في الجزائر جعله غير قادر على المنافسة في سوق السياحة الدولية مقارنة بتونس والمغرب التي اعتمدتا أسلوب الترويج السياحي وتكثيف العلاقات مع المتعاملين السياحيين الأجانب، وكانت أهم التوصيات تلك التي تدعو أصحاب القرار في الجزائر والقائمين على الشؤون الاقتصادية ومنها القطاع السياحي إلى تبني استراتيجية تجعل من السياحة قطاع إنتاجي وتنموي.

❖ دراسة (بجاوية 2014، 2015): (سهام بجاوية، " التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية: دراسة

استرشادية لتجربة تونس -الاسقاط على الجزائر- "، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، الجزائر).

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية التخطيط السياحي وكيفية تحقيق التنمية السياحية وأهم الاقتراحات التي تساعد في تسريع وتطوير التنمية السياحية، وكذلك السعي لتطبيق مفهوم التنمية السياحية البيئية والمستدامة في المناطق السياحية وخاصة مناطق التوسع السياحي (ZET)، عن طريق الاستخدام الأمثل لموارد الثروة السياحية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى ضرورة تطوير وتنوع المنتج السياحي المتاح للعرض بما يتلاءم والطلب الاستهلاكي للسياح وتأهيل مناطق جذب سياحي جديدة ذات أولوية، وتحويل الجزائر إلى مقصد وواجهة سياحية، تطوير البناء المؤسسي للسياحة ودمج الأفراد في مشاريع التنمية السياحية.

وكانت من أهم التوصيات المقدمة اعتماد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في الجزائر SDAT 2025، كإطار مرجعي لتطبيق التنمية المستدامة للسياحة لا يكفي لتحقيق ذلك، إذ لابد من تحقيق التعاون بين القطاعين العام والخاص وزيادة جهود القطاعين لتعزيز السياحة في الجزائر وزيادة الاهتمام بوكالات السياحة والسفر وتحفيزهم على تقديم أفضل ما لديهم من اللباقة وحسن الضيافة.

❖ دراسة (حميداتو 2014، 2015): (نصر حميداتو، " النشاط السياحي في الجزائر وأثره على النمو

الاقتصادي "، مذكرة ماستر منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمى لخضر، الوادي، الجزائر).

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مفهوم السياحة كنشاط اقتصادي، وأهم مكوناته وكذلك محاولة إبراز التأثير الحقيقي للنشاط السياحي في الاقتصاد الوطني حتى الاحصائيات المتوفرة، هذا بالإضافة إلى التركيز على دراسة القطاع السياحي لإبرازه كبديل للقطاع الريعي (المحروقات) في الجزائر.

وقد توصلت الدراسة في الأخير إلى وجود مقومات طبيعية وتاريخية سياحية كبيرة للجزائر بالرغم من أنها غير مستفيدة من المنافع الاقتصادية لهذه المقومات، كما تكمن الأهمية الاجتماعية للقطاع السياحي في القضاء على البطالة والفقر، وتوفير فرص عمل كبيرة، كذلك لجوء الجزائر إلى خوصصة الهياكل السياحية لتشجيع الاستثمارات المحلية منها والأجنبية، وكانت من أهم التوصيات المقدمة ضرورة الاهتمام أكثر بالقطاع السياحي في الجزائر، والعمل على الالتزام بتطبيق الخطط والبرامج التنموية السياحية، وتسخير كل الامكانيات الموجودة في الوزارة أو المؤسسات الوصية وكذلك ضرورة الاعتماد على الأساليب الكمية في دراسة السوق السياحية للوصول إلى أدق النتائج خاصة فيما يتعلق بالتنبؤ.

## 8. حدود البحث:

يمكن تقسيم حدود الدراسة إلى حدود مكانية وحدود زمانية، يمكن إنجازها فيما يلي:

❖ الحدود المكانية: تم الاعتماد في هذه الدراسة على تجارب بعض الدول العربية بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة.

❖ الحدود الزمانية: اختصت الدراسة بالفترة الزمنية الممتدة (2010-2017) لدراسة حالة الجزائر.

## 9. صعوبات البحث:

يمكن حصر صعوبات البحث فيما يلي:

❖ واجهت الدراسة عدة صعوبات تتعلق أساسا بالجانب التطبيقي والتي تتمثل أساسا بغياب نماذج قياسية للمتغيرات

السياحية وتضارب الإحصائيات الخاصة ببيانات القطاع السياحي من قبل المؤسسات الرسمية والجهات الحكومية.

## 10. هيكل البحث:

لتحقيق أهداف البحث، والإجابة عن الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية التي أثارناها فيما سبق، واختبار مدى

صحة الفرضيات المقدمة وتحليلها، ارتأينا تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول، حاولنا من خلالها الإلمام بكل جوانب البحث،

والحرص على الحفاظ على الترابط والتسلسل بين الأفكار، وقد جاءت خطة البحث كالآتي:

مقدمة عامة حول موضوع البحث، إذ اشتملت على كل من الإشكالية الرئيسية للبحث، التساؤلات الفرعية

وفرضيات البحث.

الفصل الأول بعنوان « الإطار النظري لمفهوم السياحة ».

تم التطرق في الفصل الأول إلى مفاهيم أساسية حول السياحة، ثم تطرقنا فيما بعدها إلى النشاط السياحي، لنشير

فيما بعد إلى دور الاستثمار السياحي في الاقتصاد.

أما الفصل الثاني فجاء بعنوان « القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية: خلفية نظرية تجريبية ».

وقد خصص هذا الفصل للتأصيل النظري لمفهوم التنمية والتنمية الاقتصادية، ثم التركيز على أهم مؤشرات

التنمية الاقتصادية والاجتماعية في القطاع السياحي، لنقوم فيما بعد بعرض بعض التجارب الناجحة في مجال السياحة

وأثرها على البيئة الاقتصادية.

وفيما يتعلق بالفصل الثالث والذي يمثل الجانب التطبيقي للبحث، والذي جاء بعنوان « واقع السياحة في

الجزائر: تحليل الأداء وتشخيص الواقع ».

وقد تم على مستوى هذا الفصل عرض البيئة الاستثمارية والأقطاب السياحية في الجزائر، وبعدها قمنا بتشخيص

وتحليل واقع السياحة في الجزائر، وفي الأخير بينا أثر السياحة على التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر.

## المقدمة

---

خاتمة تضمنت نتائج التي خلص بها البحث واختبار فرضيات الدراسة، هذا بالإضافة إلى مجموعة من الاقتراحات.

## تمهيد:

تصدر السياحة اهتمام معظم العالم، وذلك بقطاعيها العام والخاص، لما لها من دور هام في اقتصاديات هذه الدول، وتبرز أهميتها أساسا من كونها ظاهرة متعددة الجوانب تستثمر المظاهر الطبيعية. ولهذا فإن للاقتصاد السياحي أساسيات عديدة، سيتم التعرف عليها، وذلك من خلال التعرف على مفهوم السياحة ودوافعها، وبعض المصطلحات السياحية الهامة، دون أن ننسى التطرق لنشأة السياحة وتطورها التاريخي. ونظرا لتعدد الجوانب السياحية وركائزها، فإن السياحة تختلف أنواعها من حيث زوايا النظر إليها سواء من حيث التصنيف الجغرافي، الثقافي، حسب أهداف السياح ورجباتهم، وغيرها من المعايير الأخرى لتصنيف السياحة. كما أنها تعتبر نشاطا ضروريا لحياة الناس تمتد آثارها المباشرة والغير المباشرة إلى الميادين الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، ويوضح ذلك الأهمية المتزايدة للأنشطة السياحية بالنسبة لحركة التجارة العالمية فأصبح من المهم دعم صناعة السياحة وتنميتها وتفعيل نشاطها. وعليه سنحاول التطرق إليها مع الإلمام بالمفاهيم المرتبطة بها وإلقاء نظرة كذلك على دورها وتأثيرها على كل من ميزان المدفوعات والتشغيل... الخ، ولإبراز كل هذا فإن الفصل الأول من هذه الدراسة سيتضمن النقاط الأساسية التالية:

1. مفاهيم أساسية حول مفهوم السياحة.
2. ماهية النشاط السياحي.
3. دور التنمية السياحية في الاقتصاد.

## 1. مفاهيم أساسية حول مفهوم السياحة:

## 1.1. نشأة وتعريف السياحة والسائح:

لم تكن السياحة وتطورها محل صدفة، لا بل قد ظهرت على الوجود كممارسة منذ ظهور الإنسان كونها حاجة إنسانية ونفسية واجتماعية، وقد تعدد وتنوعت التعاريف الواردة بشأن السياحة، وذلك تبعا لتنوع معايير التمييز بينها، ومن هذا المنطلق نذكر أهم المراحل الزمنية التي مرت بها في تطورها التاريخي وكذا بعض التعاريف:

## 1.1.1. نشأة السياحة:

أ. **العصور القديمة:** وهي بداية نشأة الإنسان على وجه الأرض وحتى القرن الرابع عشر وخلال الفترة كان الإنسان بدائيا في حركاته وسكناته حيث كان يسير على الأقدام ويستخدم الدواب في تنقله، ولم تكن هناك قوانين تحكم وتضبط حركة البشر سوى قوانين الطبيعة، وكانت الوسائل التي تستخدم في الحصول على السلع والخدمات هي طريقة المقايضة والمبادلة، وفي الغالب كان الإنسان يتحصل على حاجاته بنفسه<sup>1</sup>، ومن أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في العصور القديمة كانت على النحو التالي:

- الانتقال لغرض ديني لزيارة المعالم الدينية المختلفة، بدأ من المعابد الفرعونية والمعابد الدينية اليهودية والمسيحية وأخيرا الإسلامية المتمثلة في زيارة الأماكن المقدسة في مكة المكرمة والمدينة المنورة وفلسطين<sup>2</sup>؛
- الانتقال لتلقي العلاج، إما بالذهاب إلى المعابد للشرك أو بالذهاب إلى الأماكن التي بها مناخ جيد أو مناطق عيون الماء أو مصبات الأنهار في بعض الأحيان؛
- الانتقال بغرض الترفيه وعادة ما يكون في المناخ المعتدل؛
- الانتقال بغرض التجارة ويشمل تنقل التجار من مكان لآخر في قوافل لبيع منتجاتهم البدائية.

ب. **العصور الوسطى:** تمثل الفترة ما بين القرن الرابع عشر وبداية القرن التاسع عشر والتي شهدت قيام الثورة الصناعية وهي فترة اختراع المحركات التجارية، مثل السفن والقطارات وكان هذا دافعا كبيرا نحو السياحة وتشجيع الإنسان على السفر.

إن الإشارات الأولى لبداية السياحة بدأت في العقود الأخيرة من هذه المرحلة، حيث دأب أبناء الطبقة العليا من الإنجليز (على سبيل المثال) على القيام برحلة عرفت باسم الرحلة الكبرى وكانت رحلة ذات طابع تثقيفي تشتمل زيارة

<sup>1</sup> محمد العطا عمر، (2010): الندوة العلمية إثر الأعمال الإرهابية على السياحة، دمشق، 06-07-2010، ص 04.

<sup>2</sup> سماعيني نسبية، (2013-2014): دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، رسالة ماجستير في إدارة أعمال غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص استراتيجية، جامعة وهران، الجزائر، ص 02.

معالم فرنسا وإيطاليا، وفي كثير من الأحيان ألمانيا والنمسا وقد اتسعت بطول المدة إذ كانت أحيانا تمتد لما يزيد على ثلاثة سنوات بما يسمح بدراسة تفاصيل المعالم المزاراة وكذلك اكتساب اللغة<sup>1</sup>. وكذلك من الأسباب التي أدت إلى تطور السياحة في تلك الفترة تعاضم دور الكنيسة التي كانت مزارات سياحية في الكثير من بلدان العالم.

وأیضا أدى ظهور الطباعة في القرن الخامس عشر وإعداد الكتب عن الرحالة الأوائل عن رحلاتهم إلى تطوير القطاع السياحي حيث كان للرحالة العرب الفضل في ذلك، وقد ظلت البلاد العرب خلال تلك الفترة من أكثر بلاد العالم تقدما وكان أبرز هؤلاء الرحالة ابن بطوطة، أبو عبيدة البكري، ابن جبير.

وقد اتسعت هذه الحقبة بكثرة الرحلات البحرية، ثم أصبح السفر لأغراض سياحية وثقافية وفنية أكثر شيوعا في أوروبا، كما عرفت بقيام بعض المغامرين والمكتشفين لأسفار طويلة، أشهرها اكتشاف كريستوف كولومبس لأمریکا عام 1492، ثم اكتشاف فاسكودي كاما البرتغالي طريق الرجاء الصالح خلال رحلة للهند 1498، كذلك السياحة الدينية من خلال قيام الحجاج برحلات الأماكن المقدسة، كما شهدت نهاية تلك الفترة ازدهار العديد من المدن الأوروبية خاصة في مجال الزراعة والسياحة والتجارة وزيادة عدد السكان وظهور الجمعيات والمنظمات السياسية والتجارية<sup>2</sup>.

**ج. العصور الحديثة:** في هذه الحقبة ازدهرت صناعة السياحة وبدأت الدول تهتم بها، فيعتبر القرن العشرين " قرن السياحة " بما أحدثه من ابتكارات، رغم أنه شهد حربين عالميتين مدمرتين استمرتتا أقل قليلا من عشر سنوات، وعلى الرغم من هذا الدمار إلا أنها تعتبر نقطة تحول في كثير من القطاعات خاصة قطاع النقل، إضافة إلى زيادة تنوع الأفواج البشرية من مكان لآخر كل هذا بعد البداية الحقيقية للسياحة بمفهومها الحديث (Tourisme) وبدأ الاهتمام بالسياحة من طرف المنظمات العالمية وصارت السياحة علما مستقلا، وقد سميت فترة الستينات بعصر السياحة الاجتماعية، إذ لم تقتصر هذه الظاهرة على الأغنياء فقط بل شملت الطبقات الاجتماعية الأخرى وأصبحت في متناول الجميع، كما أصبح للسياسة بتطورها آثارا سلبية عن طريق التوسع الغير منتظم والمدروس الذي أضحى يؤثر على مستقبل الأصول الطبيعية والحضارية للدول المستقبلية للنشاط السياحية، وكذا الآثار الاجتماعية على السلوك البشري والقيم، لذلك أولى العديد من الباحثين بالأخص الألمان والنمساويين، عناية كبيرة بدراسة السياحة كمنتج من منتجات المجتمع الصناعي وتحليل المنافع والتكاليف، التي ستعود على البيئة والاقتصاد ككل. ويمكن القول أن كل مرحلة من مراحل التطور البشري السياحي تميزت بسمات خاصة ميزت كل مرحلة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> نعيم الظاهر، سراب إلياس، (2001): مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ص 15- 16 .

<sup>2</sup> سماعيني نسبية، (2013، 2014): المرجع سبق ذكره، ص 4.

<sup>3</sup> محمد العطا عمر، (2010): المرجع سبق ذكره، ص 6.

## 2.1.1. تعريف السياحة:

السياحة مصطلح قديم بمفهوم جديد، دخل عالمنا الحديث وتطورت مع الزمن لتصبح قطاعا مهما في السنة الاقتصادية للدولة الحديثة، وقد اختلف في تعريف السياحة، تبعا لاختلاف التخصصات العلمية التي تتناول هذه الظاهرة بالدراسة والتحليل.

حيث كان أول تعريف محدد للسياحة يعود للعامل الألماني " جويبر فرويلر " عام 1905 والذي عرفها كما يلي: " السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول على الاستحمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق مجال المشاهدة الطبيعية " <sup>1</sup>.

وتعرفها الأكاديمية الدولية للسياحة " بأنها عملية الانتقال الوقتي للأشخاص من الوطن الذين اعتادوا الإقامة فيه إلى أي مكان آخر خارج هذا الوطن والنقاد فيه مدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة ولأي غرض غير العمل أو الإقامة الدائمة، " بمعنى أن يندرج تحت الأغراض السياحية أي غرض فيما عدا العمل الذي يدر على صاحبه دخلا كالترفيه والاستحمام والعلاج والاستشفاء " <sup>2</sup>.

في الإسلام ورد لفظ السياحة في أكثر من موضع في قوله تعالى: " فسيحوا في الأرض أربعة أشهر وأعلموا أنكم معجزى الله وأن الله مخزي الكافرين " <sup>3</sup>.

كما ورد في قوله تعالى: " قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق ثم الله ينشئ النشأة الآخرة إن الله على كل شيء قدير " <sup>4</sup>.

فمعنى الآية الأولى حسب الإمام الطبري " فسيروا في الأرض مقبلين ومدبرين آمنين غير خائفين من رسول الله صلى الله عليه وسلم " <sup>5</sup>، ومعنى الآية الثانية حسب فضيلة الشيخ ابن جبير، فسيروا في هذه الآية يراد منه النظر في الآيات والآثار " <sup>6</sup>.

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي، (2009): صناعة السياحة والأمن السياحي " الأمن السياحي، الجزائر السياحية، الإرهاب، العولمة "، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ص 14.

<sup>2</sup> إلياس عياشي، (2008، 2009): الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجل " مدينة جيجل نموذجا "، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الحضري، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، ص 02.

<sup>3</sup> سورة التوبة، الآية رقم 02.

<sup>4</sup> سورة العنكبوت، الآية رقم 20.

<sup>5</sup> <http://quran.ksv.edu.sa/tafseer/tabary/sarag-aya2.htm>. consulté le 24/03/2019.

<sup>6</sup> مكايي نسيمة، (2015، 2016): السياسة السياحية في الجزائر والمغرب " دراسة مقارنة "، مذكرة ماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة د.مولاي الطاهر، سعيدة، ص 03.

كما عرفها العالم النمساوي شوليرن شرانتنهوس عام 1910 بأنها: " الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصاً العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوجود وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً ".

أما الأستاذ " هونزيكير " السويسري رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين بأنها: " مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب مع سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما طالما أن هذه الإقامة المؤقتة دائمة وطالما لم ترتبط بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي " <sup>1</sup>.

الأستاذ علي هارون: فعرفها على أنها " مجموعة الأنشطة الحضارية والاقتصادية والتنظيمية الخاصة بانتقال الأفراد إلى بلاد غير بلادهم وإقامتهم لمدة لا تقل عن 24 ساعة لأي غرض كان ما عدا العمر الذي يدفع أجره داخل البلد المزار " <sup>2</sup>.

أما العالم الاقتصادي الأسترالي هرمان فون شوليرون: " عرفها سنة 1910 على أنها الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصاً العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة " <sup>3</sup>.

والمنظمة العالمية للسياحة: " فتعرفها على أنها بمثابة الأنشطة المبدولة من طرف الأشخاص من خلال سفرهم وإقامتهم في أماكن خارج بيئتهم المعتادة، لأغراض الترفيه أو أسباب أخرى غير ذات صلة بممارسة النشاط لدورة متتالية لا تتجاوز سنة " <sup>4</sup>.

أما السياحة بوصفها صناعة فيمكن اعتبارها صناعة مركبة، تتضمن التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في إنتاج البضائع والخدمات الملمية لاحتياجات السياح ورفاهيتهم وتطوير تلك البضائع والخدمات وتسويقها <sup>5</sup>.

من خلال التعاريف السابقة، يفهم أن السياحة لها أكثر من تعريف واحد وكل منها يختلف عن الآخر باختلاف النظرة أو الزاوية التي ينظر منها إلى السياحة، وكتعريف ملخص لها هو أنها عملية ترحال السائح من مكان إقامته (منزله)

<sup>1</sup> رضا محمد، (2016): أساسيات الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 14-15.

<sup>2</sup> مصطفى يوسف كافي، (2009): المرجع سبق ذكره، ص 14.

<sup>3</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، (2013): صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 23.

<sup>4</sup> صحراوي محمد تاج الدين، (2017): السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 2، ص 51.

<sup>5</sup> نعيم الظاهر، سراب إلياس، (2001): المرجع سبق ذكره، ص 35.

المستقر إلى مكان آخر بهدف الترفيه وكسر الروتين اليومي أو العلاج أو للتمريض كأساس السياحة الإنفاق لا الحصول على الذهاب إليها دوريا ومدة الإقامة تفوق 03 أيام في الحالة العادية.

### 3.1.1. تعريف السائح:

حسب المؤتمر الدولي للسياحة " هو أي شخص يزور غير البلد المقيم فيه عادة ما عدا قبول وظيفة بأجر في الدولة المزاراة".

حسب الأكاديمية الدولية للسياحة " ذلك الشخص الذي يسافر من أجل الترفيه والمتعة"<sup>1</sup>.

حسب منظمة السياحة العالمية للسائح " الزائر المؤقت إلى أي منطقة أ دولة غير الدولة المقيم فيها سواء للترفيه أو الأعمال بما في ذلك الزوار الذين يقضون 24 ساعة في الدولة المضيفة خلال زيارتهم"<sup>2</sup>.

من التعريفات السابقة نستخلص بأن السائح هو ذلك الشخص الذي يمكث مدة تفوق 24 ساعة في المنطقة أو الدولة التي تكون محل السياحة لأي غرض عدا العمل وأن يكون انتقاله بصفة مشروعة.

### 2.1. أهمية السياحة وخصائصها:

#### 1.2.1. أهمية السياحة:

يمكن إظهار أهمية السياحة في النقاط التالية:

أ. تحسين ميزان المدفوعات: وذلك من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية وما ستحققه السياحة من إيرادات من العملة الصعبة الناجمة عن الطلب السياحي مما سيهم في زيادة الناتج الوطني للدولة وبالتالي المساهمة في عملية البناء الاقتصادي فضلا عما تحققة هذه الصناعة من انتعاش شرائح واسعة من المجتمع.

ب. توفير فرص عمل من خلال التوسع في هذه الصناعة والمشاريع المرتبطة بها، كونها قطاعا كثيف العمالة يقوم على الجهد البشري بالدرجة الأولى<sup>3</sup>.

ج. زيادة الفرص الإشهارية المربحة: يمكن تحديد مجالات واسعة لعملية الاستثمار في هذا القطاع بما يعمل على

الاستغلال الجيد لمقومات النهوض بالواقع السياحي، حيث استثمار وتوظيف رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية

<sup>1</sup> أدهم دهب مطر، (2014): التسويق الفندقي ومبيع وترويج الخدمات السياحية والفندقية الحديثة، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، دمشق، ص 10.

<sup>2</sup> www.books.google.dz, consulté le 15/04/2019, 10.17

<sup>3</sup> إيمان عبد خضير، عبير علي كاظم، (1990،2009): دور صناعة السياحة في تطور الاقتصاد العراقي للمدة، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، (المجلد 18، العدد 67)، جامعة بغداد، ص 175.

وتوجيهها صوب المجالات المربحة اقتصاديا في تعزيز المزايا التنافسية للمشاريع السياحية وإيجاد الوسائل الممكنة في جذب السواح وإدخال أفضل أنواع التقنيات والتجهيزات.

د. تحقيق التنمية المتوازنة بين الأقاليم: من خلال إنشاء وتوزيع مشاريع سياحية جديدة في مواقع حضرية وأثرية ودينية تتوزع بين مختلف أرجاء البلاد التي سترتب عليها إعادة توزيع الدخل، خاصة من نقد أجنبي يسهم في تحقيق مورد يساعد على تحقيق استقرار العملة وزيادة قيمتها وبالتالي تحسين أسعار الصرف<sup>1</sup>.

### 2.2.1. خصائص السياحة:<sup>2</sup>

يمكن تلخيص الاختلاف بين صناعة السياحة والصناعات الأخرى فيما يلي:

أ. تعد السياحة بمنزلة نشاط إنساني: فقرار عملية شراء الخدمة السياحية تفوق من ناحية التعقيد أية عملية أخرى لشراء منتجات ملموسة لأنها تنطوي على جوانب إنسانية واقتصادية ومزاجية متشابكة ومعقدة بالإضافة إلى صعوبة قياس العديد من هذه الجوانب لتعلقها بآراء وتجارب وقيم شخصية.

ب. ترتبط السياحة بالإعلان بشكل أقوى وأوثق بالمقارنة مع الصناعات الأخرى: حيث أن مستوى إدراك الفرد للمنتج السياحي يعد منخفضا بالمقارنة مع أنواع المشتريات الأخرى، بالنظر إلى لا ملموسة الخدمة السياحية التي يصعب على سابقها اختبارها تسويقيا بشكل مسبق، وعليه فإن الإعلان يسهم بشكل واضح في تعزيز الإدراك بوجود المنتج السياحي، ولهذا السبب فإن الإعلان السياحي المتقن يلعب دورا أساسيا في نجاح ونمو هذه الصناعة.

ج. إن أبرز ما يميز صناعة السياحة، حساسيتها المفرطة للقوى والعوامل الخارجية: وهذه القوى تتراوح ما بين حدوث اضطرابات سياسية أو تغير في أسعار صرف العملات وما شابه ذلك لدرجة أن العديد من الباحثين في الميدان يطلقون تسمية " الصناعة الأكثر حساسية للمتغيرات ".

د. تخلق صناعة السياحة تشكيلة متنوعة من التأثيرات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية والسياسية، وبناء على ذلك فإن الضرورة تقتضي التعمق في دراسة هذه التأثيرات والبحث فيها، وذلك لتمكين المخططين السياحيين والحكومات من اتخاذ القرارات الصائبة بصددتها، وصياغة استراتيجيات وخطط سياحية محكمة.

هـ. تتطلب السياحة رؤى بحثية ثاقبة.

<sup>1</sup> زيد منير سلمان، (2011): الأمن والسلامة في المنشآت السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، الأردن، ص ص 92-94.

<sup>2</sup> أحمد أديب أحمد، (2006): تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، ص ص 30-31.

## 3.1. دوافع وأنواع السياحة وتأثيراتها:

إن الحديث عن العملية السياحية هو الحديث عن الأركان الرئيسية التي تشمل الفرد باختلاف دوافعه، كما أن للسياحة عدة أنواع يصعب في الواقع تحديدها وهذا بسبب تنوع الرغبات والاحتياجات المختلفة، لذا تتعدد أنماطها وتباين أثارها.

## 1.3.1. دوافع السياحة:

من بين الأسباب والدوافع وراء قرار الرحلة السياحية ما يلي:

- أ. الرغبة في الاستجمام والراحة؛
- ب. الرغبة في العلاج والسعي وراء الأماكن ذات الخصائص العلاجية؛
- ج. ممارسة الرياضات والتي تشتهر بها أماكن دون أخرى لوجود مقومات وصغريات ذات طبيعة خاصة جيولوجية/مائية...، مثل ممارسة رياضة الغوص، رياضة التجديف والزوارق الشراعية، تسلق الجبال، الانزلاق على الجليد، الصيد بأنواعه؛
- د. التمتع بالحياة التقليدية رغبة في التعرف على كيفية العيش من قبل السائح، مثل حياة البدو وممارسة سياحة السفاري والمشاركة في المهرجانات، والإقامة في المنتجعات الجبلية، وحياة الخيام والمشاركة في بيوت الشعر البدوية، كذلك تذوق الأكلات التقليدية والمشروبات التقليدية؛
- هـ. الرغبة في مشاهدة الطبيعة، من خلال الحميات الطبيعية المختلفة الجيولوجية والصحراوية من أجل التمتع الجيولوجي والبيولوجي ومشاهدة الأنماط السلوكية المختلفة للأحياء؛
- و. الرغبة أو الدوافع الدينية في زيارة الأماكن المقدسة كما هو الحال في مكة أو زيارة المسجد الأقصى أو زيارة المعابد؛
- ز. دوافع العمل أو الأسباب المهنية كحضور المؤتمرات أو الندوات العلمية أو سياحة رجال الأعمال وعقد الصفقات أو زيارة المؤسسات من قبل ممثليها القانونيين كما هو الحال في الشركات متعددة الجنسيات<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> محمد يسري إبراهيم دعيس، (2002): العولة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الطبعة الأولى، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، ص 19.

### 2.3.1. أنواع السياحة:

يمكن تصنيف أنواع عديدة للسياحة وفقا لعدة أسس ومعايير معينة، منها:

أ. تقسيم السياحة وفقا للبعد الجغرافي: حيث يمكن التمييز بين أشكال السياحة حسب المنظمة العالمية للسياحة

كما يلي:

- السياحة المحلية: تشمل أنشطة الزائر المقيم في البلد المرجعي؛
- السياحة الوافدة: هي مجمل الأنشطة التي يقوم بها الزائر الغير مقيم في البلد المرجعي؛
- السياحة الخارجية: تشغل الأنشطة التي يقوم بها زائر مقيم خارج البلد المرجعي؛
- السياحة الداخلية: والتي تشمل السياحة المحلية والسياحة الوافدة، أي أنشطة الزوار المقيمين وغير المقيمين في البلد المرجعي؛
- السياحة الدولية: والتي تشمل السياحة الوافدة والسياحة الخارجية، أي أنشطة الزوار المقيمين خارج البلد المرجعي، إما كجزء من الرحلات السياحية المحلية أو الرحلات السياحية المغادرة وأنشطة الزوار غير المقيمين في البلد المرجعي في الرحلات السياحية الوافدة؛
- السياحة الوطنية: والتي تشمل على السياحة المحلية والسياحة الخارجية، أي أنشطة الزوار المقيمين داخل وخارج البلد المرجعي<sup>1</sup>.

ب. تقسيم السياحة وفقا لعدد الأشخاص:

- السياحة الفردية: وهي سياحة لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد وهي غير منظمة ويقوم بها مجموعة أو شخص واحد لزيارة بلد أو مكان ما؛
- السياحة الجماعية: وهي عكس الأولى، فهي منظمة حيث يتم ترتيب وتنظيم كل شيء مسبقا من طرف الشركات السياحية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة 2008، (2011): منشورات الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، العدد 83، نيويورك، ص 100.

<sup>2</sup> هدير عبد القادر، (2005، 2006): واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، رسالة الماجستير في علوم التسيير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية التسيير والعلوم التجارية، قسم علوم التسيير، تخصص نقود ومالية وبنوك، جامعة الجزائر، الجزائر، ص 10.

## ج. تقسيم السياحة وفقاً للفئة العمرية:

- سياحة فئة الصغار: وترتبط بالأطفال حيث يكتسبون من خلالها مجموعة مهارات وسلوكيات ومعارف لازمة لنضوجهم وتأخذ شكل معسكرات صيفية أو رحلات التعرف على الطبيعة وزيارة المدن أو الأماكن التاريخية وعادة ما تقوم بها المدارس؛
- سياحة فئة الشباب: وتتميز هذه النوعية من السياحة بالبحث عن الإثارة والحياة الاجتماعية المتجددة وتكوين صداقات وعادة ما تقوم بها الجامعات من خلال الشركات السياحية؛
- سياحة فئة الناضجين: وتتميز بكونها سياحة الاسترخاء من عناء العمل والإرهاق طوال العام، وهي تركز على الاستمتاع بالشواطئ الدافئة أو هدوء الصحاري أو حياة الأرياف والتعرف على التقاليد القديمة؛
- سياحة فئة المتقاعدين: وهي على نوعين إحداهما يقوم عليه أفراد هذه الشريحة فور تقاعدهم وهو يتميز بالبحث عن الاستحمام والراحة والهدوء لذلك يتم اختيار الأماكن التي تبعد عن المدن المزدحمة والحياة الصاخبة والأجواء التي تذكر السائح بالاكنتاب، وثانيها يتم بالأماكن التي يحلم بها السائح طيلة حياته لكنه لم يكن لديه الوقت الكافي للقيام بها قبل تقاعده<sup>1</sup>.

## د. تقسيم السياحة حسب فترة الإقامة خارج مكان السكن الأصلي:

- السياحة الطويلة: وتكون عادة من أسبوعين إلى أسابيع، وأحياناً شهر إلى سنة، وقد تصل إلى 5 سنوات؛
- السياحة القصيرة: وتكون مدتها أقل من أسبوعين وتنقسم إلى قسمين:
- سياحة نهاية الأسبوع؛
- سياحة نهارية لا تستغرق أكثر من يوم واحد، وعاد لا يتم المبيت بها<sup>2</sup>.

## هـ. تقسيم السياحة وفقاً للغرض: وتشتمل ما يلي:

- السياحة الثقافية: هي ذات طبيعة ذهنية على الأخص، وهي السياحة التي تنشأ الاطلاع على تاريخ وعادات الأشخاص في نفس الإطار الحقيقي الذي يعيشون فيه؛
- سياحة الاستجمام: هي السياحة التي يلتمس السائح منها الراحة سواء عن طريق المكان الذي يوفر له هذه الراحة أو الظروف التي تحقق لجسمه راحته كالسياحة العلاجية أو لسياحة النقاها؛

<sup>1</sup> إبراهيم بضاو، (2010): الجغرافيا السياحية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 41-42.

<sup>2</sup> فرح رواقات، (2013، 2014): دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية، دراسة حالة مركب حمام الصالحين بجنشلة، مذكرة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص السياسة العامة والإدارة المحلية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 17.

- السياحة الرياضية: يكون الباعث عليها الرغبة في ممارسة أنواع معينة من الرياضة مثل: الرياضيات البحرية وسباق الزوارق، أو التزحلق على الماء، كما أن صيد الأسماك وصيد الطيور رياضة تتقدم باضطراد، ويتزايد حجم السياح الذي يسافرون مدفوعين ببواعثها<sup>1</sup>؛
- السياحة الترفيهية: وتعني تغيير مكان الإقامة لفترة ما لغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر وقد يتخللها الاستمتاع بممارسة الهوايات المختلفة وبعد هذا النوع من السياحة القديمة والأكثر انتشارا إذ تجذب أكثر من 75 بالمئة من السياح<sup>2</sup>؛
- السياحة الدينية: وهي الانتقال إلى الأماكن الدينية القديمة التي يتفاعل معها الإنسان بمشاعر روحانية تريح النفس البشرية وهذه الأماكن كثيرة، مثلا في مصر القديمة يوجد جامع عمر بن العاص كما يوجد أضرحة السيدة زينب والسيدة عائشة وضريح الإمام حسين<sup>3</sup>؛
- السياحة العلاجية: وهي السياحة بغرض العلاج والترويح عن النفس في آن واحد وقد تكون من خلال السفر للعلاج بالمستشفيات الخاصة أو العلاج بالطبيعة من خلال ينابيع المياه المعدنية والمياه الكبريتية والرمال والتعرض للشمس بهدف علاج بعض الأمراض الجلدية والآلام الروماتيزمية، ومن أمثلة ذلك الأماكن البحر الميت بالأردن وواحة سيوه بمصر، كذلك يساعد هذا النوع من السياحة على خلق انطباع إيجابي للسياح خاصة بالنسبة للمرضى الذين يتم معالجتهم بصورة جيدة أو يشفون من أمراضهم<sup>4</sup>؛
- السياحة الاجتماعية: ويطلق عليها أيضا السياحة الشعبية أو سياحة الإجازات والسبب في تواجد مثل هذا النوع أن السياحة كانت مقتصرة في العتم على الطبقات الثرية فقط وبما أن التطورات العالمية توجب التغيير في كل ما يوجد من حولنا فكان لا بد من هذه التغيرات أن تحدث أيضا مع السياحة، لتواكب التطورات والمستحدثات العالمية لكي تضم السياحة أو تشرك معها الطبقات التي تمثل الغالبية العظمة من المجتمعات ذوي الإمكانيات المحدودة بإعداد رحلات سياحية لهذه الطبقات غير الطبقات الثرية.

<sup>1</sup> محمد عبد الفتاح أحمد، طابع عبد اللطيف طه، (2008): الجغرافيا السياحية، جامعة عين شمس، ص 82.

<sup>2</sup> وزاني محمد، (2010، 2011): السياحة المستدامة واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبي بكر بالقياد، تلمسان، الجزائر، ص 94.

<sup>3</sup> عبد السميع علام، (2007، 2008): علم الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، ص 29.

<sup>4</sup> www.elhiwardz.com, consulté le 24/03/2019, 17: 27.

## 3.3.1. التأثيرات الرئيسية الناجمة عن السياحة:

تشير معظم الدلائل الخاصة ببرامج السفر المنظم لأغراض الترويج بأنه يؤدي إلى إحداث تغييرات ملموسة في حياة الأفراد، الأمر الذي ينعكس فوراً على الحياة الاجتماعية والاقتصادية للسكان.

## أ. الآثار الإيجابية:

- إحياء الفنون التقليدية والصناعات اليدوية والمناسبات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية؛
  - دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات والسياح حيث يتعلم كل منهما ثقافة الآخر وبالتالي يزداد التفاهم المشترك وتلاقي القيم والعادات قبولاً من الجانبين بعد معرفة أصولها وأساسيتها؛
  - توفير العملة الصعبة، حيث تصنف السياحة في ميزان المدفوعات ضمن الصادرات غير المنظورة كالتأمين والملاحة، ويتجلى أثرها من خلال تعديل ميزان المدفوعات وإعادة التوازن إليه في حالة العجز، أو التخفيف منه على الأقل؛
  - زيادة الإيرادات الحكومية في الضرائب والرسوم، وما ينجم عنه من تطوير للمجتمعات المحلية من خلال تطوير خدمات تحتية ودعم للاقتصاد بشكل عام؛
  - تشجيع المستثمرين على إنشاء مشاريع سياحية مما ينعكس بدوره على زيادة فرص العمالة والدخل، ومنه محاولة تحقيق التوازن الاقتصادي بين مختلف مناطق البلد، خاصة تلك الأقل حظاً في التنمية؛
  - خلق قلة من الوعي السياحي البيئي على مختلف المستويات، حيث قامت معظم الدول بسن قوانين للمحافظة على المرافق الأثرية وحمايتها وصيانتها.
- ب. الآثار السلبية: والتي تتمثل فيما يلي:

- تزايد الضغط والطلب على الخدمات الأساسية من قبل السياح يدفع بالسكان المحليين إلى الشعور السلب تجاه السياحة، خاصة إذا تعلق الأمر بالدول النامية حينما تضيق عناصر الجذب السياحي في مناطقهم؛
- يؤدي تدني الأنماط الثقافية المستوردة نتيجة الاحتكاك بالسياح إلى ضياع الهوية الثقافية المحلية، وكذلك قد تضيق الهوية الثقافية للآثار نتيجة سوء استعمال السياح لها؛
- يفقد المجتمع المحلي الفوائد الاقتصادية للسياحة إذا كان معظم المرافق السياحية حكراً على شرائح معينة تتمتع بمعظم الفوائد الاقتصادية؛

- يعمل تركيز النشاطات السياحية في مكان واحد أو عدة أمكنة في الدولة أو الإقليم على تشتت اقتصادي أي إحداث فوارق اقتصادية واجتماعية إذا لم توجد تنمية متخصصة في باقي المناطق الأخرى؛
- انبعاث الغازات الدفينة والملوثات الأخرى مما يساهم في ظاهرة الاحتباس الحراري وتغير المناخ والأضرار بنوعية الهواء، وينتج ذلك بصورة رئيسية عن استخدام النقل الجوي والبري لأغراض سياحية؛
- إقامة مرافق سياحية في البيئات الحساسة يؤدي إلى إحداث اختلاف واختلال في تركيبها<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> مروان أبو رحمة، ريم الحناوي، أنس بليبل، هديل الحسن، (2001): مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص ص43-47.

## 2. النشاط السياحي:

## 1.2. ماهية النشاط السياحي:

## 1.1.2. تعريف النشاط السياحي:

يعتبر مزيجاً من عمليات مترابطة بعضها خدمي وبعضها سلعي، فشركات السياحة والمرشدون السياحيين عبارة عن خدمات في حين أن الصناعة الفندقية تعد خليطاً من الخدمات والسلع مثل:

المبيت، وخدمات الطعام والشراب والسلع المصنعة مثل المنتجات التقليدية والبازارات التي تقبل التخزين وغيرها<sup>1</sup>. أيضاً هي ذلك النشاط الفني والإداري الذي تقوم به مختلف الهيئات والأجهزة والمنشآت السياحية في الدول الحكومية والعامّة والخاصة المرتبطة بالسائحين لتحقيق أقصى إشباع ممكن لهم، ويهدف على تحقيق أقصى ربحية ممكنة والوصول إلى مستوى عالي لإشباع السائحين معنوياً ومادياً وتخفيف درجات القلق والتوتر التي يشعر بها السائحين عند زيارتهم للدول الأخرى غير دولتهم<sup>2</sup>.

## 2.1.2. أركان النشاط السياحي:

أ. النقل: إن صناعة السياحة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بصناعة النقل، إذ انه لا يمكن أن تنشأ سياحة وتتطور بدون وسائل النقل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها البرية والبحرية والجوية.

ب. الإيواء: لا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون أماكن الإيواء فإن أول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله إلى أية دولة أو مكان كان هو مكان مناسب للإقامة، إذ يبحث عن الإقامة قبل البحث عن الطعام أو الشراب والترفيه، والإيواء يمثل الفنادق، شقق سياحية، غرف، مخيمات.

ج. البنية التحتية للسياحة: وتتمثل في الخدمات القاعدية والأساسية الواجب توفرها لقيام أي مشروع سياحي مثل: شبكات المياه، الغاز، الكهرباء، والطرق.

د. البنية الفوقية للسياحة: وتتمثل في منشآت الإقامة والإيواء ومشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية كالوكالات السياحية والسفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، المترجمين المنظمات السياحية، المسارح والملاعب والسينما ... الخ.

<sup>1</sup> زينب توفيق السيد عليوة، (2014): تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 25، جامعة المستقبل، ص 45.

<sup>2</sup> دليل المفاهيم والتعريفات السياحية، سلسلة نشر الوعي السياحي، الإصدار الخامس، ص 12.

هـ. البرنامج: لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقا أو عند وصوله البلد وهذا البرنامج يشمل زيارة المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والراحة والمناطق العلاجية، أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية ... الخ، بالإضافة إلى الخدمات السياحية كمحلات الأسواق والمنتزهات والمنتجعات<sup>1</sup>.

### 3.1.2. مكونات النشاط السياحي:<sup>2</sup>

أ. وسائل الإقامة السياحية: والتي تعرف بأماكن الإيواء السياحي وتضم الفنادق والقرى السياحية بأنواعها المختلفة والمخيمات والشقق الفندقية العائمة، والمنتجعات السياحية وتخضع هذه الوسائل الخاصة بالإيواء إلى مجموعة من المعايير لتصنيفها من أهمها:

● معيار الموقع: حسب هذا المعيار يلعب دورا مهما في تصنيف الفنادق وتحديد درجاتها ونوع زائريها وحسب

هذا المعيار يمكن أن نجد التصنيفات التالية:

- فنادق المطارات والتي تستقبل سائحي العبور؛

- فنادق المنتجعات والتي تتضمن كافة الخدمات والتسهيلات التي تيسر إقامة سائحي الإجازات.

● معيار الخدمة: تبعا لهذا المعيار تقسم وسائل الإقامة إلى:

- وحدات إقامة تقوم بخدمات سياحية مثل الفنادق؛

- وحدات إقامة تقوم على الخدمة الذاتية كالمخيمات والفيلات ويجب أن تشمل هذه الوحدات على التسهيلات.

● معيار التسهيلات المتاحة: تتعدد التسهيلات المتاحة التي تقدمها وحدات الإقامة السياحية من أهمها

تسهيلات خاصة بالحجز مثل الحجز عن بعد أو الحجر الآلي، وكذلك تسهيلات خاصة بوسائل الاتصالات

والتسهيلات الترفيهية لتوفر العديد من المطاعم والنوادي وملاعب التنس والغولف والمساح والحمامات

السياحية.

ب. النقل السياحي: هو أحد الدعامات الأساسية في عملية النشاط السياحي، ويتمثل في الوسائل التي تخدم

السائحين في تنقلاتهم سواء من خارج الحدود أو من داخلها، فالنقل السياحي يعتبر أحد العناصر الأساسية للخدمات

والتسهيلات السياحية، فالسياحة تؤثر في النقل لأن زيادة الحركة السياحية يقابلها النمو وتطور في وسائل النقل، والنقل

<sup>1</sup> نصر حميداتو، (2014، 2015): النشاط السياحي في الجزائر وأثره على النمو الاقتصادي، مذكرة ماستر غير منشورة، قسم علوم تجارية، تخصص تجارة دولية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، ص 13.

<sup>2</sup> نصر حميداتو، (2014، 2015): المرجع نفسه، ص 14.

يؤثر في العمل السياحي لان التطور الكبير لوسائل النقل المختلفة أدى لنمو وازدهار السياحة<sup>1</sup>، ويشمل النقل السياحي نوعين تاليين:

- النقل الداخلي: ويقصد به التنقلات الداخلية التي يقوم بها السائح داخل الدولة التي يزورها باستخدام كافة وسائل النقل السياحية؛

- النقل الخارجي: ويشمل انتقال السائح من بلده الأصلي إلى الدولة المراد زيارتها<sup>2</sup>.

**ج. الشركات والوكالات السياحية:** تقوم الشركات السياحية ووكالات السفر بدور هام في مجال النشاط الخاص بالسياحة والسفر وتقوم وكالة السياحة والسفر بتمثيل العديد من موردي الخدمات السياحية (شركات الطيران، الفنادق، استشارات للعملاء في مجال السفر والسياحة وتعتبر توكيل أو سمسار<sup>3</sup>. وتنقسم شركات السياحة إلى<sup>4</sup>:

- منظم الرحلات: هذا النوع من الشركات تتولى تجميع عناصر البرنامج السياحي وتنظيمها في شكل رحلة أو مجموعة من الخدمات السياحية في أوقات ومناطق محددة مسبقا؛

- وكالة الخدمات السياحية: تتمثل في الشركات التي تكون مسؤولة عن تنفيذ البرامج السياحية مسبقا، وتقوم بدور هام في تنشيط السياحة عن طريق توثيق علاقتها مع منظمي الرحلات إلى الخارج؛

- وكالات السفر والسياحة: يوجد هذا النوع في الأسواق التي تعتبر مصدرا للسائحين ويطلق عليها الوسطاء وتعتمد هذه الوكالات في عملها على انتشارها ووجودها في التجمعات السكانية وقربها من العمل<sup>5</sup>.

**د. الإرشاد السياحي:** يعتبر من الأنشطة المكتملة للنشاط السياحي والتي تتطلب كفاءة علمية وفنية وخبرة كافية في مجال الإلمام بالجوانب التاريخية والجغرافية والحضارية، ويمثل الواجهة القادمة التي تعكس خلاصة الخطاب الذي تسعى الدولة السياحية توجيهه للمجتمع الدولي<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> عبد الصمد السعودي، بلقاسم السعودي، (2017): دور النقل السياحي في تنشيط وتفعيل القطاع السياحي بالجزائر لتحقيق التنمية، مجلة الأصيل، خنشلة، جوان 2017، العدد الأول، ص 190.

<sup>2</sup> نصر حميداتو، (2014، 2015): المرجع سبق ذكره، ص 15.

<sup>3</sup> كواش خالد، (2003، 2004): أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، ص 26.

<sup>4</sup> ماهر عبد الخالق السيسي، (2001): مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ص 22.

<sup>5</sup> دريدش يامين، (2016، 2017): تفعيل النشاط السياحي لتحقيق التنمية المحلية، دراسة حالة ولاية المسيلة، مذكرة ماستر غير منشورة، قسم تسيير مدني، تخصص تسيير المدينة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ص 22.

<sup>6</sup> دليل المفاهيم والتعريفات السياحية، سلسلة الوعي السياحي، الإصدار الخامس، ص 49.

هـ. الأمن والاستعلام: يعتبر الأمن من أهم مكونات النشاط السياحي بل أن الحركة السياحية تتأثر كثيرا بالعوامل المتعلقة بالأمن والاستقرار، فأصبح الأمن في السياحة الحديثة من أهم الشروط الواجب توفرها حتى تكون هناك حركة سياحية والحركة السياحية شديدة الحساسية بالظروف الأمنية<sup>1</sup>.

و. المشتريات السياحية: يدخل هنا النشاط ضمن الأنشطة المرتبطة بالعمل السياحي لما له من تأثير واضح على حجم ومعدلات الإنفاق السياحي حيث يزداد إقبال السائحين على شراء التذكارات السياحية والسلع والهدايا، ويعتبر هذا النشاط من الأنشطة التصديرية الهامة ويمثل أحد أهم مصادر العملة الصعبة ويعتبر من الأنشطة الدعائية والإعلامية القوية والمؤثرة في الخارج.

ز. الترفيه: يعتبر الترفيه من المكونات الرئيسية للنشاط السياحي والذي يتمثل في الأنشطة التي يقوم بها المجالات العامة السياحية والتي تعتبر فرع المنشأة السياحية التي يتصل نشاطها اتصالا مباشرا بالعمل السياحي<sup>2</sup>.

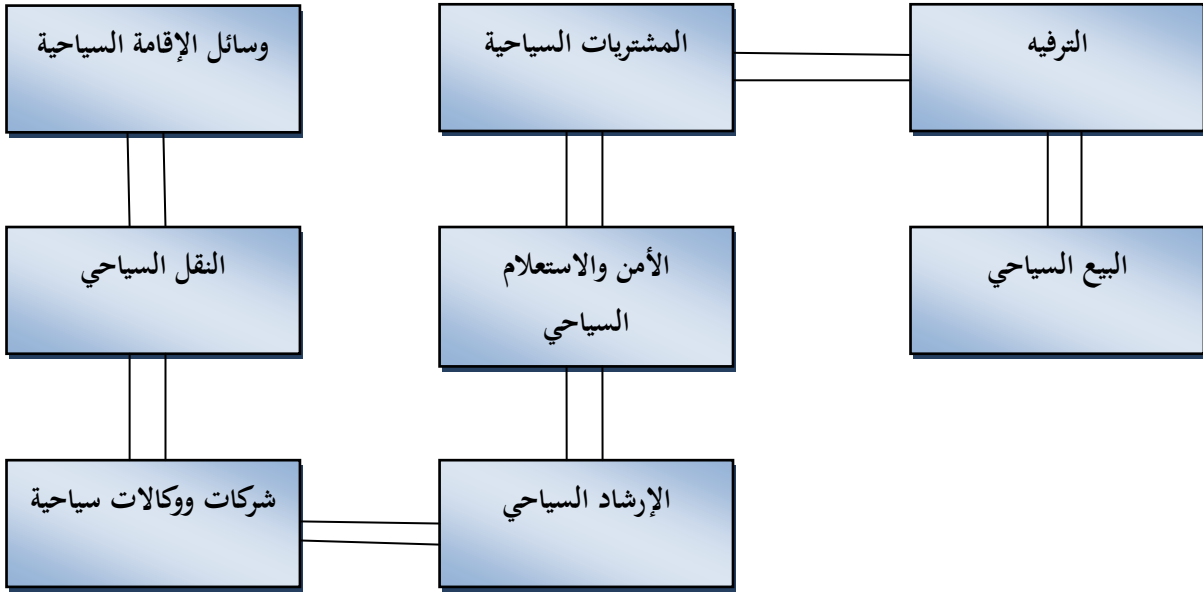
س. البيع السياحي: تدخل خدمات البيع السياحي ضمن الأنشطة المرتبطة بالقطاع السياحي لما له من تأثير واضح على حجم ومعدلات إنفاق السائحين لإقبالهم على شراء التذكارات السياحية والسلع والهدايا... الخ<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> دريدش يامين، (2016، 2017): المرجع سبق ذكره، ص 23.

<sup>2</sup> ماهر عبد الخالق السيسي، (2001): المرجع سبق ذكره، ص 204.

<sup>3</sup> بلدي لقمان، (2017، 2018): تهيئة وتسيير النشاط السياحي بساحل العوامة، ولاية جيجل، مذكرة ماستر في تسيير التقنيات الحضرية، قسم تسيير التقنيات الحضرية، تخصص تسيير التقنيات الحضرية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، ص 23.

الشكل رقم 1-1: مكونات النشاط السياحي



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على المعلومات السابقة.

## 2.2. طبيعة النشاط السياحي:

### 1.2.2. مقومات الجذب السياحية:

أ. المقومات الطبيعية: تعد العمود الفقري لتطوير السياحة خصوصاً في ظل الاهتمام الدولي بالنواحي البيئية والمحاولات المتكررة لحل مشكلات البيئة ومن هذه المقومات:

- المناخ: يعد المحرك لحركة السياح وذلك لتأثيره المباشر على حركة الإنسان ونشاطه وتكمن جاذبيته المناخ في تنوعه أو تباينه في الدولة؛
- النباتات الطبيعية: لها أثر عظيم في نفوس السياح وتعتبر من وسائل الجذب الكبيرة التي تثير إعجاب محبي الطبيعة؛
- الشمس: تعد من المطالب المهمة للسياح نظراً لفائدتها الصحية وحاجة الناس إليها؛
- الشواطئ والمسطحات المائية: لها الأثر في نفوس وخواطر السياح لما لها من متعة وهدوء للأعصاب وهي تعتبر من أهم المكونات السياحية لعدد من الدول<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> محمد العطا عمر، (2010): المرجع سبق ذكره، ص ص15-16.

- ب. المقومات السياحية الحضارية: تطور استغلال الإنسان للبيئة الطبيعية تطورا كبيرا منذ ظهور الإنسان على سطح الأرض وقد سار هذا التطور من البسيط إلى المعقد، من الحرف البدائية كحرفة الجمع والالتقاط إلى حرف معقدة كحرفة الصناعة، ومن مسكن العراء والكهوف إلى المنازل، لذا فالمقومات السياحية الحضارية تقوم على دراسة تفاعل الإنسان مع بيئته الطبيعية عبر العصور<sup>1</sup>.
- ج. المقومات البشرية: وتتمثل في الجوانب التاريخية كالأثار، المعالم، الشواهد، الفنون الشعبية بطبوعها المختلفة، الثقافات والعادات لدى السكان<sup>2</sup>.
- د. المقومات المالية والحتمية: وتتمثل في مدى توافر البنى التحتية كالمطارات، النقل البري، الجوي، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية التجارية، البنوك، العمران، ومدى توافر الخدمات المكملة كالبريد والإطعام، الفنادق، المقاهي، مراكز الترفيه والتسلية<sup>3</sup>.
- هـ. المقومات الثقافية: تلعب دورا مهما من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات وتقاليد الشعوب وفنونها الشعبية والصناعة التقليدية لهذه الشعوب والتظاهرات الثقافية والفنية.
- و. المقومات المؤسسية: وتتمثل في المؤسسات القائمة على القطاع السياحي، ولعب دورها في مختلف المجالات الخاصة بالسباحة من خلال سن تشريعات والقوانين والهيكل التنظيمية العامة ووضع خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> سعدي توفيق، لعويجي مبروك (2016، 2017): واقع التسويق السياحي في الجزائر، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ص 12.

<sup>2</sup> هواري معراج، محمد سليمان جرادات، (2004): السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، الأغواط، الجزائر، العدد 17، ص 22.

<sup>3</sup> خالد بورجيلي، عبد الرزاق مولاي لخضر، (2016): متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، مجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، ورقلة، الجزائر، العدد 4، جوان 2016، ص 68.

<sup>4</sup> عوينات عبد القادر، (2012، 2013): السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000/2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT، أطروحة دكتوراه العلوم، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، الجزائر، ص 29.

## 2.2.2. الأسس التي تقوم عليها السياحة:

وتتمثل فيما يلي:

أ. **الطلب السياحي:** يعرفه البعض على أنه مجموع الأفراد الفاعلين والمحتملين الراغبين في القيام برحلات سياحية واقتناء السلع والخدمات السياحية المعروضة في الوجهة المقصودة لإشباع حاجياتهم ورغباتهم وطموحهم، ويتأثر الطلب على المنتج السياحي بنوعين من العوامل:

- عوامل الدفع: وتشمل الهروب من الروتين اليومي الذي يعيش به الفرد مثل طبيعة العمل، الملل الحاجة النفسية إلى التغيير والبحث عن الجديد؛

- عوامل الجذب: وتشمل نقاط الجذب في المواقع السياحية وهنا يبرز دور ترويج المنتج السياحي في الأسواق. ويمتاز الطلب السياحي بالخصائص التالية<sup>1</sup>:

- الحساسية: وتعني أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة اتجاه الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها السائدة في الدول المستقبلية للسياحة؛

- الموسمية: تجاه الطلب نحو الارتفاع في فترات زمنية معينة في السنة، والإنخفاض في فترات أخرى، فيه مرتبطة أساسا بالتغيرات في الظروف المناخية والعوامل التنظيمية والتقاليد السائدة داخل البلاد والمناطق المصدرة للسياح كالأعياد والمواسم الخاصة؛

- المرونة: ويقصد بمرونة الطلب السياحي قابليته للتغيير وإبداء رد فعل نحو الظروف والمؤثرات السائدة في السوق السياحي الداخلي والخارجي.

ب. **العرض السياحي:** هو كل ما تعرضه الدولة من مغريات ووسائل جذب سياحية لتنمية الحركة السياحية القادمة إليها من مختلف دول العالم. ويتميز العرض السياحي بالخصائص التالية:

- عدم المرونة أو الجمود وتأتي من عدم قابلية العرض السياحي للتغيير طبقا لأدوات ورغبات وميول واتجاهات السائحين؛

- صعوبة تغيير المكونات الرئيسية للعرض السياحي الذي تتكون من ثلاثة عناصر رئيسية هي المقومات الطبيعية كذلك المقومات الصناعية، الخدمات والمرافق، والتسهيلات السياحية؛

<sup>1</sup> مروان صحراوي، (2011-2012): التسويق السياحي وأثره على الطالب السياحي حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق خدمات، جامعة أبي بكر القايد، تلمسان، الجزائر، ص 38-39.

• العرض السياحي تمثله السلعة السياحية تتميز بأنها لا تنتقل إلى مستهلكيها كما في السلع المادية الملموسة، فهم الذين ينتقلون على استخدامها والاستفادة منها<sup>1</sup>.

ج. **التسويق السياحي:** هي ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به هيئات ومؤسسات داخل الدولة وخارجها للتعرف على الأسواق السياحية الحالية والمحتملة. والتأثير فيها لتنمية الحركة السياحية الدولية القادمة منها، ويتضمن التسويق السياحي، تسويق المنتج السياحي والتعريف به، داخليا وخارجيا في سوق السياحة العالمية، عبر قنوات منظمة من أجل إثارة الدوافع المختلفة لدى السائحين لرفع حجم الطلب على المنتج السياحي للدول المصدرة للسائحين وأحداث نمو في الحركة السياحية الدولية<sup>2</sup>.

د. **الإيرادات السياحية:** هي كل ما تحققه الدولة من إيرادات السائحين وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي ولو عاد ضريبي إلى جانب ما يحققه الأفراد، شركات وطنية، المؤسسات العمومية والخاص في مجال السياحة، الفنادق، الطيران، الملاحه، وتتأثر الإيرادات بمجموعة من العوامل والمتغيرات منها: قوة المنتج السياحي للدولة، مستوى الخدمات السياحية، أسعار السلع والخدمات السياحية في الدولة، حجم الإمكانيات الطبيعية والمادية المتوفرة في الدول السياحية<sup>3</sup>.

هـ. **الاستثمار السياحي:** يعتبر الاستثمار السياحي جزءا من الاستثمارات الإجمالية للدول وهو ما يخص من رؤوس الأموال لتمويل مشاريع القطاع السياحي، والهدف منه هو تحقيق عوائد معتبرة لحزينة الدولة وزيادة رؤوس الأموال الحقيقية للمجتمعات والدول، ومن ثم تحسين المستوى المعيشي للمواطنين<sup>4</sup>.

و. **الإنفاق السياحي:** يشير إلى المبالغ المدفوعة مقابل حيازة السلع والخدمات الاستهلاكية وكذلك الأشياء الثمينة لاستعمال الزائر أو للتصرف فيها أثناء زيارته وهو يشمل إنفاق الزائر نفسه بالإضافة إلى الإنفاق النقدي على السلع والخدمات الاستهلاكية التي يدفعها الزوار مباشرة يشمل الإنفاق الاستهلاكي. والإنفاق يعد بمثابة عائدات سياحية

<sup>1</sup> العابد سميرة، (2012): صناعة السياحة في الجزائر الواقع وسبل النهوض، الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 19 - 20 نوفمبر 2012، ص 5.

<sup>2</sup> بوفليح نبيل، تقروت محمد، (2010): دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، الجزائر تونس، المغرب، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق، البويرة، 11 - 12 ماي 2010، ص 5.

<sup>3</sup> حميدة بوعموشة، (2011، 2012): دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، ص 34.

<sup>4</sup> سماعيني نسبية، (2013، 2014): المرجع سبق ذكره، ص 40.

للدول المضيفة ويدون في جانب المتحصلات في ميزان المدفوعات وتتوقف حجم الإيرادات على حجم ما ينفق داخل الدول المضيفة وذلك حسب مجموعة متغيرات منها عدد الليالي التي يقضيها السائح ونوعية الإقامة ... وغيرها<sup>1</sup>.

### 3.2. المنتج السياحي:

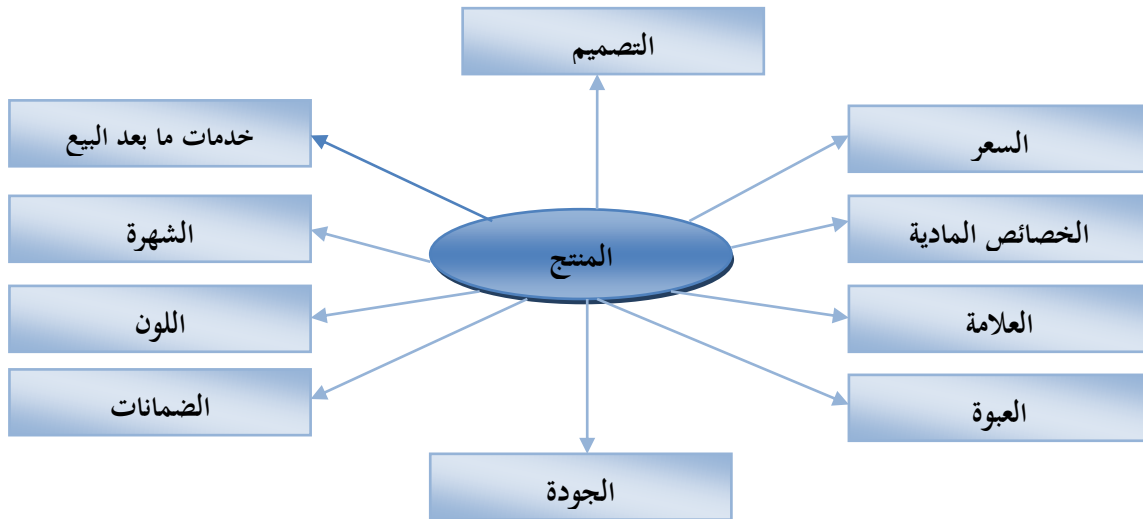
#### 1.3.2. التوازن النسبي لعناصر الخدمة في إجمالي عملية تقديم أو عرض المنتج:

أ. ماهية المنتج: يمكن تعريف المنتج وبشكل مبسط على أنه " أنه شيء مادي أو غير مادي يمكن الحصول عليه من خلال عملية التبادل، كما عرف على أنه " حزمة من الصفات المميزة والتي تتضمن الجانب المادي وغير المادي"<sup>2</sup>، وهذا يعني بأن المنتج قد يكون سلعة (شيء مادي) أو خدمة أو فكرة (شيء غير مادي).

ولكن في تعريف أشمل يمكن القول بأنه خليط من الخصائص الملموسة وغير الملموسة والمتضمنة تشكيلة من الصفات التي تميز المنتج عن غيره وما يقدمه البائع من خدمات والتي يجعلها تخلق الإشباع والرضا لدى المشتري/المستهلك.

ومن خلال هذا التعريف يمكن توضيح ذلك في الشكل الموالي والذي يعطي الأبعاد المختلفة للمنتج والتي يمكن أن تدور حولها استراتيجيات المنتج ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة كما يلي:

#### الشكل رقم 1-2: الخصائص التي يتكون من المنتج



المصدر: ثامر ياسر البكري، (2008): استراتيجيات التسويق، الطبعة العربية، دار البازوري، عمان، الأردن، ص 253.

<sup>1</sup> حميدة بوعموشة، (2011، 2012): المرجع سبق ذكره، ص 35-36.

<sup>2</sup> ثامر ياسر البكري، (2008): استراتيجيات التسويق، الطبعة العربية، دار البازوري، عمان، الأردن، ص 252.

ويمكن الملاحظة في بعض الأحيان أن هناك ما يسمى بمزيج المنتج والذي يضم بدوره مجاميع لمنتجات أخرى أو خط إنتاجي ولكل خط عمقه الذي يختلف عن الآخر، وذلك بتعدد المنتجات التي يحتويها، ولكن الشيء الذي يجمعها جميعا هو الاتساق أي توافق المنتجات مع بعضها بما يخدم عملية التسويق للمنتجات ككل<sup>1</sup>.

ويوضح الجدول الآتي نمودجا اقترحه دويل (Doyle)، حيث حاول وضع سيناريوهات مرحلية لدورة حياة المنتج على أساس مجموعة من الخصائص السوقية، ثم وضع عناصر الاستراتيجية التسويقية التي يمكن استخدامها في كل مرحلة من مراحل حياة المنتج<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> ثامر ياسر البكري، (2008): المرجع سبق ذكره، ص ص 254 - 255.

<sup>2</sup> ناجي معلا، رائف توفيق (2002): أصول التسويق مدخل تحليلي، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، الأردن، ص 171.

الجدول رقم 1-1: المضامين التطبيقية لمفهوم دورة حياة المنتج في تخطيط الاستراتيجية التسويقية

المرحلة في دورة حياة المنتج	بعض الخصائص	مرحلة التقديم	مرحلة النمو	مرحلة النضج	مرحلة الانحدار
		<b>الخصائص السوقية</b>			
المبيعات	منخفضة	متنامية بسرعة	متنامية ببطء	منحدرة	
الأرباح	لا تذكر	متنامية بسرعة	متناقصة	منخفضة أو معدومة	
التدفقات النقدية	سلبية	معتدلة	عالية	منخفضة	
المستهلكون	ابتكار يون	سوق كبيرة	سوق كبيرة	متقاعدون	
المنافسون	قليلون	متزايدون	كثيرون	متناقصون	
<b>عناصر الاستراتيجية التسويقية</b>					
الركيزة الاستراتيجية	توسيع السوق	التغلغل في السوق	الدفاع عن الحصة السوقية	الإنتاجية	
النفقات التسويقية	عالية	عالية بنسبة متناقصة	متناقصة	منخفضة	
الركيزة الترويجية	إدراك السلطة	تفضيل السلعة	الولاء للسلعة	اختياري	
التوزيع	محصور	كثيف	انتقائي	انتقائي	
الأسعار	عالية	أقل من مرحلة التقديم	أدنى مستوى	متزايدة	
المنتج	أساسي	مطور	مميز	مرتب	

المصدر: ناجي معلا، رائف توفيق، (2002): أصول التسويق مدخل تحليلي، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، الأردن، ص 172.

ب. تصميم المنتج السياحي: في كل من الصناعات الخدمية والإنتاجية، فإن المنتج الجوهر يتحول عاجلاً أم آجلاً

إلى سلعة عندما تزداد المنافسة وتنصح الصناعة، وهذا ما يدفعنا للتساؤل حول كيفية صياغة خليط المنتج السياحي؟

إن القرارات المتعلقة بالمنتج هي التي تحدد مدى مقبولية المنتج المقدم، وهذا يجعل من الضروري تصميم مزيج يتلاءم

مع الاحتياجات والمتطلبات المتغيرة لمستخدمي الخدمات خاصة السياحية منها، هذه الأخيرة يجب أن تقدم بصورة تجعل

إقامة السياح مريحة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> عبد العزيز أبو نبرة، (2005): دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة منهج تطبيقي، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 174.

يجب على المستثمر في المجال السياحي أن يصمم منتجه ليتناسب مع متطلبات المستهلكين المستهدفين وهناك أنواع من المعلومات تعبر عن الأسواق المستهدفة تشمل:

- المستهلك يمكن تقسيمه من حيث (العمر، المهنة، المنطقة، الدخل، النمط المعيشي، ...)
- المنافسة: ومنه اختيار العوامل الصحيحة التي يتم على أساسها تمييز المنتج السياحي مع وجود الهيكل الإعلاني والترويج الفعال لها للوصول للمستهلكين المستهدفين.
- إضافة إلى ذلك على المنتج السياحي الأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:
- الاستراتيجية: على هذه المنتجات أن لا تكون على حساب تنافسية الأسعار وفعالية الإدارة، وأن تكون مرنة وقابلة للتكيف مع التغيرات في رغبات المستهلكين؛
- الميزة التنافسية: والتي تشمل العنصر المهم في معادلة الجودة " السعر "؛
- مستوى السلع السياحية: والتي يجب أن ترتقي إلى أذواق وتوقعات السياح<sup>1</sup>.

ومن خلال ما سبق يمكن إعطاء مفهوم للمنتج السياحي والذي يعتبر منتجا مركبا، لأنه مزيج من مجموعة متعددة من العناصر تتكامل مع بعضها لتشكله، فهو عبارة على عوامل جذب طبيعية (ظروف مناخية، جغرافية، وبيئية)، وعوامل جذب تاريخية، حضارية، دينية ثقافية، بالإضافة إلى بني أساسية عامة مثل: الطرقات، المطارات، وأماكن الإقامة كالفندق والقرى السياحية، ومن خدمات المطاعم السياحية، وأماكن للترفيه وأيضا منشآت لخدمة السائحين من مكاتب سياحية وبنوك بالإضافة إلى أنه يتضمن درجة الوعي السياحي لدى مواطني المقصد السياحي متمثلا في حسن المعاملة، وأي إهمال لهذه العناصر السابقة يؤثر على الصورة النهائية للمنتج السياحي، مما يؤدي إلى انخفاض التدفق السياحي إلى البلد المضيف<sup>2</sup>.

### 2.3.2. ماهية الخدمات السياحية ومحتواها:

عرف (Adrian Palmer) الخدمة بأنها: عملية إنتاج منفعة غير ملموسة بالدرجة الأساس، إما بحد ذاتها أو كعنصر جوهري من منتج ملموس، حيث يتم من خلال أي شكل من أشكال التبادل إشباع حاجة أو رغبة مشخصة لدى العميل أو المستفيد.

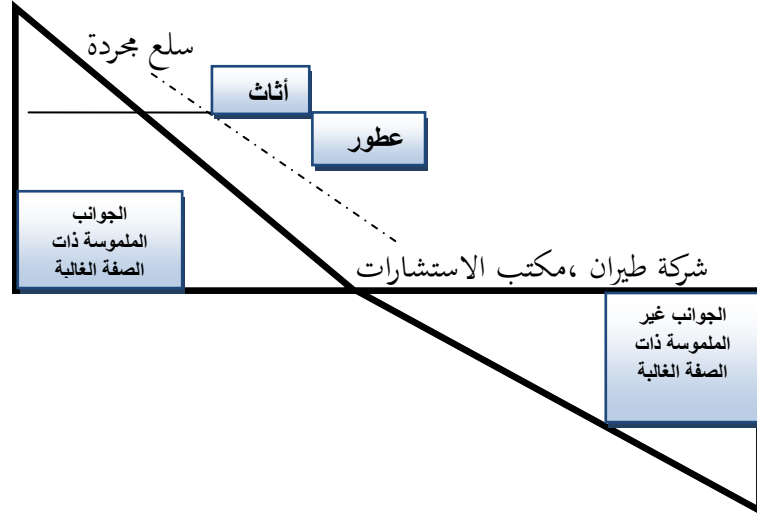
<sup>1</sup> عصام حسن السعيد، (2009): التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الولاية، عمان، الأردن، ص ص 51-52.

<sup>2</sup> صليحة عشي، (2010): الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، ص ص 19-20.

ويقول (Gronroos) أن الخدمة هي عبارة عن " أشياء مدركة بالحواس وقابلة للتبادل لتقديمها لشركات أو مؤسسات معينة بشكل عام بتقديم الخدمات أو تعتبر نفسها مؤسسات خدمية ".  
وترى (Shostack) أن التمييز بين الخدمة الجوهر والعناصر المحيطة بهذا الجوهر، هو أساس يمكن اعتماده لتعريف الخدمة، فالجوهر في عرض الخدمة هو عبارة عن " المخرجات الضرورية لمؤسسة الخدمة والتي تستهدف تقديم منافع غير ملموسة يتطلع إليها المستفيدون "، أما العناصر المحيطة بالخدمة الجوهر هي تلك العناصر التي تكون إمام حيوية وحاسمة بالنسبة لتنفيذ الخدمة الجوهر أو التي تتوفر لتحسين جودة الخدمة المقدمة (تكون منتجات و سلع مكملة).  
وفي الواقع العملي/الميداني، يصعب بالفعل التمييز بشكل مطلق بين الخدمات والسلع، وهذا يعود إلى حقيقة أنه عندما تتم عملية شراء سلعة ما، فإن هذه العملية تتضمن في الغالب عنصر الخدمة يكون مرافقا للسلعة، نفس الشيء ينطبق على شراء الخدمة، حيث أن تقديم الخدمة يتم من خلال شيء ملموس يكون مرتبط بها.  
وعلى هذا الأساس، تعرف (Shostack) الخدمة مقارنة بالسلعة استنادا إلى الجوانب غير الملموسة ذات الصفة الغالبة، من خلال مقياس أو خط بياني وضحته خصيصا لهذا الغرض، إذ يوضع على طرف منه السلع المجردة وعلى الطرف الآخر الخدمات المجردة، والواقع الذي يؤكد هذا المقياس أن معظم " المنتجات " تقع ما بين هذين الطرفين، باعتبارها مركبا من سلع وخدمات<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس العلاق، (2009): تسويق الخدمات مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي، الطبعة العربية، دار البازوري، عمان، الأردن، ص ص 34-38.

الشكل رقم 1-3: حالات التباين الواسعة القائمة في قطاع الخدمات



المصدر: حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس علاق (2009): تسويق الخدمات مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي، الطبعة العربية، دار اليازوري، عمان، الأردن، ص 38.

من خلال الشكل السابق يتضح مثلاً، مكتب الاستشارات يقدم خدمة أكثر منه سلعة، باعتبار أن الصفة غير الملموسة هي الغالبة بالرغم من أنها لا تخلو من الجوانب الملموسة. ومنه فقد عرفت الخدمة السياحية بأنها أوجه نشاط غير ملموس تهدف إلى إشباع الرغبات والاحتياجات عندما يتم تسويقها للمستهلك النهائي مقابل دفع مبلغ معين من المال<sup>1</sup>. ويأتي تعريفها بصفة عامة بمجموع الأنشطة أو الأعمال غير الملموسة بطبيعتها التي تحقق الرضا والإشباع لاحتياجات السائح ورغباته عند شرائه للسلعة السياحية أو استهلاكه للخدمة وقت سفره أو إقامته في أماكن المقصد السياحي بعيداً عن مكان سكنه الأصلي محققة بذلك مردوداً<sup>2</sup>.

أ. سمات وخصائص الخدمة السياحية: من أبرز هذه السمات الآتي:

- اللاملموسية: بمعنى أن ليس لها وجود مادي أبعد من أنها تنتج ثم تستهلك أو يتم الانتفاع منها عند الحاجة إليها، كما يترتب عنها صعوبة معاينتها أو تجربتها قبل شرائها، يعني أن المستفيد من الخدمة أن يكون قادراً

<sup>1</sup> عصام حسن السعيد، (2009): المرجع سبق ذكره، ص 55.

<sup>2</sup> سعد إبراهيم حمد، (2011): واقع العرض والطلب السياحي في العراق، دراسة تحليلية، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، (المجلد 10 - العدد 4)، ص 405.

على إصدار قرارات وأحكام مستندة على تقييم محسوس\*، ويترتب على لا ملموسة الخدمات العديد من النتائج أهمها:

- أن الخدمة تعتبر مستهلكة لحظة إنتاجها بمعنى صعوبة تخزينها قياسا بالسلعة؛
- استحالة المقارنة بين الخدمات لاختيار أفضلها كما هو الحال في السلع، فعملية الفحص والمقارنة لا تتم إلا بعد شراء الخدمة وليس قبله؛
- توجد أساليب مبتكرة لقياس جودة الخدمات كقياس ولاء الزبائن ومستويات الرضا.
- التلازمية: هي درجة الترابط بين الخدمة ذاتها وبين مقدمها ويترتب على ذلك ضرورة حضور طالب الخدمة إلى أماكن تقديمها، ومنه الخدمة السياحية هي من الخدمات غير المنظورة، كما لا يمكن امتلاكها من طرف الزبون بل تحقق منفعة مكانية وزمنية محددة.
- غير متجانسة: صعوبة ترميز هذه الخدمات خاصة السياحية منها لأن تقديمها يعتمد على الإنسان بشكل كبير، وبذلك يصبح من الصعوبة التنبؤ بما ستكون عليه الخدمات قبل تقديمها<sup>1</sup>.
- الموسمية: إذ يوجد ما يطلق عليه باسم الذروة، وهو موسم الطلب السياحي حيث يزداد السياح، وهناك موسم الكساد والذي ينخفض فيه الطلب السياحي وقد ينعدم نهائيا.
- المرونة: حيث أن استجابة القطاع السياحي للمتغيرات البيئية تكون كبيرة، فالظروف السياسية والاقتصادية لها تأثير واضح على زيادة أو انخفاض أعداد السياح<sup>2</sup>. وهنا يمكن إبراز الفروقات بين سمات الخدمة السياحية والمنتج من خلال الجدول التالي:

\* الخدمة التي تبدو غير ملموسة للوهلة الأولى، مثل الرحلة السياحية، تتضمن أيضا عناصر ملموسة خلال شرائها أو الاستمتاع بها كتقديم وجبات الإطعام في مطعم مثلا، هي عبارة عن مجموعة مؤتلفة من سلع ملموسة (كالإطعام نفسه والمحيط المادي للمطعم ومعدات التحضير ..) وخدمة غير ملموسة (طريقة تعامل النادل مع الزبون، خدمة حجز الطاولة، الراحة المدركة من قبل الزبون أثناء خدمته).

<sup>1</sup> حميد عبد النبي الطائي، بشير العلق، (2009): المرجع سبق ذكره، ص ص 40-43.

<sup>2</sup> عصام حسن السعيد، (2009): المرجع سبق ذكره، ص 56.

الجدول رقم 1-2: الفروقات بين سمات الخدمة السياحية والمنتج

الرقم	السمات	المنتجات	الخدمات السياحية
01	المنتج	لملموس	غير ملموس
02	القدرة على القياس	موضوعية	اجتهادية
03	إدراك المستهلك	نمطية	يتوجب الانتفاع بها حتى يمكن تقييمها لحظة جاهزيتها
04	الشكل	تنتج	إبداعية
05	وقت الاستهلاك	عندما تنتج	غالباً تكون لحظة جاهزيتها
06	إمكانية تخزينها	يمكن تخزينها لفترات	لا يمكن تخزينها
07	الامتلاك	تمتلك لفترة طويلة	لا يمكن امتلاكها
08	المكان	تنتقل من المصانع إلى المستهلك عبر الوسطاء	يتطلب من السائح الانتقال إلى مكان تواجد الخدمة السياحية
09	التسليم	تسلم في أي وقت يرغب به المستهلك	غير متجانسة ومتباينة
10	التسعير	على أساس التكلفة	قاعدة التكاليف محددة

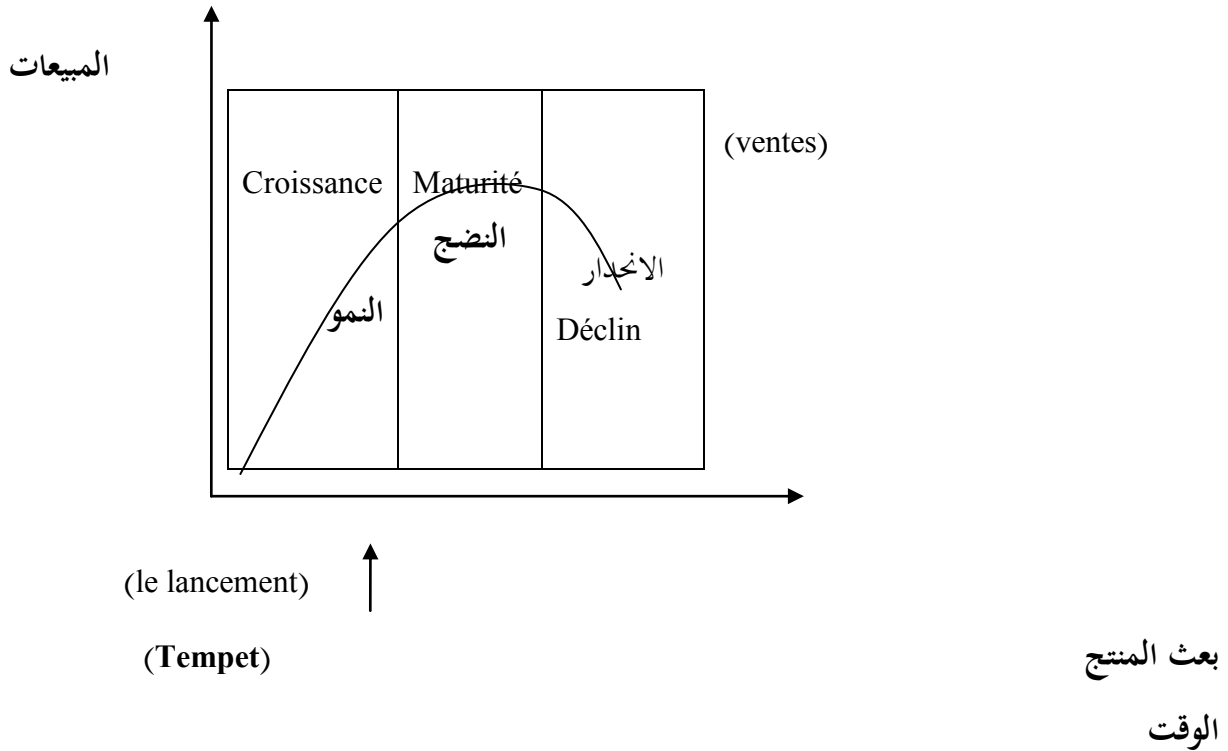
المصدر: حميد عبد النبي الطائي (2004): التسويق السياحي، مدخل استراتيجي، الطبعة الأولى، دار العراق، عمان، الأردن، ص 201.

ومن الأمور المتعارف عليها أن كل خدمة معينة دورة حياة معينة يمر بها وتتغير عبر الزمان، حيث نلاحظ ما طرأ على السياحة من تطور وتوسع فأصبحت الآن تقدم خدمات متنوعة كثيرة، حيث إذا كانت الخدمات مرغوبة بما فإن الأرباح تتضاعف ويؤدي إلى توسع وتنوع الخدمات السياحية، وفي نقطة من النقاط أو مرحلة من المراحل تستمر الخدمات أو تتوقف على نفس المستوى ثم تبدأ بالانحدار نحو الأسفل.

ب. دورة حياة المنتج السياحي: بشكل عام فإن دورة حياة الخدمة السياحية تتم من خلال المراحل التالية التي

يبينها الشكل التالي:

الشكل رقم 1-4: دورة حياة المنتج السياحي



Source: Gilbert De Ila Ragione, (2007): Mercatique touristique, édition casteilla, paris, p 105.

من خلال الشكل يتعرض المنتج السياحي إلى مراحل بدءاً بتحديد الفكرة ورسم الخطوط العريضة لتشكيله وعرضه بالطريقة التي ترضي السياح وترقى لرغباتهم، ولكن لا تنتهي العملية بالانتهاء من تقديمها، بل أنها تبدأ في واقعها من هذه المرحلة بالذات، حيث ينبغي متابعة سير الخدمة وانعكاساتها والتغذية العكسية من السوق، لتبدأ مرحلة التقويم لتلاقي الأخطاء وتحسين الأداء وهذه العملية مستمرة ومتواصلة<sup>1</sup>، وهي كالتالي:

- **مرحلة النمو المبكر:** في هذه المرحلة تكون الخدمة في تطور مستمر وتصبح متيسرة للمستخدمين منها، هذا تحتاج إلى ترويج وإعطاء معلومات أكثر عن المكان المعين للسياح عن طريق مزيج تسويقي سياحي\* الذي هو عبارة عن برنامج متكامل من القرارات المتعلقة بالمنتج (نوع الخدمات)، والسعر والمكان (المكان السياحي)، والترويج.

<sup>1</sup> Gilbert Della Ragione, (2007): Mercatique touristique, édition casteilla, paris, p 105.

\* إن العمل على تسويق منطقة سياحية معينة يجب أن تتنوع البرامج لهذه المنطقة والتي تشمل على خدمات النقل، الإيواء وتكون مقدمة حسب الأسعار والدرجات (أي لا نستطيع عزل الخدمة عن النقل أو المكان السياحي)

- **مرحلة النضج:** تبدأ الشركات السياحية بتنفيذ خططها للمحافظة على الأرباح وحصصة السوق، وتزداد المنافسة وتصبح مؤثرة وفعالة، وتزداد الإعلانات والترويج لغرض المحافظة على السوق والتغلب على المنافسة.
  - **مرحلة التدهور:** تبدأ هذه المرحلة بقلّة المبيعات ومنه تقل حصصة السوق وإذا استمرت هذه الحالة لفترة طويلة سيزول النشاط السياحي، إلا إذا تم صرف مبالغ مالية على الإعلان والترويج وإعطاء أفكار جديدة عن المكان ومحاولة تطبيقها لغرض أذواق السياح<sup>1</sup>.
- يجدر التنويه إلى أن دورة حياة المنتج / الخدمة من حيث مراحل دورة حياتها تختلف من خدمة إلى أخرى، فقد تصب خدمة إلى مرحلة الانحدار بعد مرحلة التقديم، كما تختلف الفترة الزمنية التي تستغرقها هذه الدورة من سلعة / خدمة أخرى.
- كما يمكن بعث الحياة في الخدمة ما بعد وصولها إلى مرحلة الانحدار عن طريق إدخال أفكار ابتكارية تحدث تغييرات جذرية وجوهرية بحيث تقوم بأداء الوظيفة بشكل أفضل.

<sup>1</sup> عصام حسن السعيد، (2008): الدلالة والإرشاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص ص 91-92.

### 3. دور الاستثمار السياحي في الاقتصاد:

#### 1.3.1. الاستثمار السياحي:

##### 1.1.3.1. تعريف الاستثمار السياحي:

ينظر إلى الاستثمار السياحي على أنه القدرة على الإنتاجية الهادفة إلى تكوين رأس المال المادي وإعداد رأس المال البشري في مجال السياحة من أجل زيادة وتحسين الطاقة الإنتاجية والتشغيلية وتقديم أفضل الخدمات في مجالات السياحة المختلفة.

كما يعرف تعريفه أيضا على أنه ذلك الجزء من القابلية الإنتاجية الآنية الموجهة إلى تكوين رأس المال السياحي المادي والبشري بغية زيادة طاقة البلد السياحية، كالفنادق والمدن السياحية والطرق والنقل السياحي... الخ.

لكن ما يؤخذ على هذه التعاريف كون أن حجم الاستثمار في السياحة يعد عاليا بمقارنته مع قيمة الإنتاج وكنتيجه لذلك فإن التكاليف يمكن أن تكون عالية في بعض الأحيان، ويأتي تبرير ذلك في تطور السياحة في حد ذاتها والتي تعني تطور الصناعات المرتبطة بها في الخدمات والمواصلات والتجارة عن طريق زيادة العرض الذي تخلقه السياحة في إنتاج أو مضاعفة إنتاج هذه القطاعات وبالتالي تغطية قيمة التكاليف التي تم إنفاقها ومن ثم تعظيم قيمة الناتج المحلي<sup>1</sup>. كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة التنمية الاستثمارية للسياحة على أنها التنمية التي تلبي جميع احتياجات السياح والمحافظة على بيئة المواقع السياحية، وحمايتها من التدهور إلى جانب حماية وتوفير الفرص التطويرية للمستقبل، والتي تهدف إلى تحقيق إدارة ناجحة وملائمة للموارد الطبيعية بحيث تحقق المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية، ويتحقق معها التكامل الثقافي والبيئي والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة.

وفي إطار هذه التعاريف يمكن القول أن الإشهار في قطاع السياحة يهدف أساس إلى تحقيق ما يلي:

- ❖ المحافظة على المقومات الطبيعية والموقع التاريخي والثقافي المتعلقة بالسياحة باعتبارها رأس المال الثابت لها، وحمايتها وصيانتها بشكل يمهد لتطورها وتقديمها ضمن العرض السياحي بالشكل المناسب؛
- ❖ الارتقاء معايير الجودة في بيئة المقصد السياحي بترشيد استخدام الموارد السياحية؛
- ❖ احترام الثقافة المحلية وطابعها لجعل المجتمع المحلي عنصرا داعما لتحقيق شروط الاستثمار للسياحة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> صفاء عبد الجبار، مهدي وهاب نصر الله، (2009): قياس وتحليل العوامل المحددة للطلب الخارجي على السياحة الدينية في منطقة الفرات الأوسط باستخدام أسلوب التحليل العملي (Fact analysis)، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 20، ص 4-5.

<sup>2</sup> رعد مجيد العاني، (2008): الاستثمار والتسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز، عمان، الأردن، ص 19-20.

## 2.1.3. مميزات الاستثمار السياحي:

تتمثل أهم مميزات الاستثمار في هذا القطاع في التالي:

أ. خلق وتنمية علاقات بين القطاعات الاقتصادية وبين القطاع السياحي: إن أكثر ما يميز قطاع الخدمات عن غيره من القطاعات هو التنوع، ويرجع هذا الاهتمام الكبير بدراسة حقل هذا القطاع إلى عدة أساليب في مقدمتها:

- يعد من القطاعات المرشحة قياساً إلى قطاع السلع؛
- فرص النمو في القطاع الخدمي تحفز المهتمين على التحول إليه من أوسع الأبواب؛
- لا يقدر على سير نحو قطاع الخدمات إلا من كان يمتلك المهارة والتخصص المبني على الاحترافية للقدرة على تسويق الخدمات كنشاط إبداعي متجدد<sup>1</sup>.

كما أنه من الممكن أن يؤدي التوسع في انتشار المشاريع السياحية أو تطوير المشاريع الحالية إلى تحقيق درجة معينة من التكامل (الرأسي أو الأفقي) بينها وبين الأنشطة الاقتصادية والخدمات الأخرى، ومنه خلق أنواع متعددة من العلاقات الداخلية بين الصناعات الأخرى، ومن هذه العلاقات:

- تشجيع وتوسيع القطاعات الخدمية الأخرى المساعدة للقطاع السياحي؛
- زيادة مقدرة للحكومة على خلق فرص جديدة للعمالة عن طريق إنشاء مشاريع اقتصادية جديدة. يعني ذلك أن زيادة الدخل التي تنتج عن الإنفاق السياحي لا تستفيد منها المنشآت السياحية وحدها، وإنما تستفيد منها أيضاً قطاعات عديدة في الاقتصاد باعتبارها سلسلة متصلة الحلقات.<sup>2</sup>

ب. الأثر المضاعف للإنفاق السياحي: تؤثر الزيادة في حجم الاستثمار على حجم وتوزيع المنشآت السياحية المختلفة ومن ثم تدفق المجاميع السياحية إلى الأقاليم وتعني الزيادة في تدفق المجاميع السياحية زيادة الإنفاق السياحي ومنه زيادة في حجم العوائد السياحية، زيادة في مستوى الأرباح التي تؤدي بدورها إلى تطوير نوع وحجم الخدمات السياحية من خلال في حجم العوائد السياحية زيادة في مستوى الأرباح التي تؤدي بدورها إلى تطوير نوع وحجم الخدمات السياحية من خلال ما يسمى بالمضاعف<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> حميد الطائي، بشير العلق، (2009): المرجع سبق ذكره، ص 21.

<sup>2</sup> زيد منير سلمان، (2011): المرجع سبق ذكره، ص ص 28-29.

<sup>3</sup> موفق عدنان عبد الجبار حميري، (2010): أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، دار الوراق، عمان، الأردن، ص 06.

والذي يعرف على أنه " العملية الإنتاجية عن زيادة أولية في أحد المتغيرات الاقتصادية الكلية التي تقود نهاية المدة إلى زيادة أكبر لذات المتغير<sup>1</sup> .

من هذا الإنفاق ما يظل في الاقتصاد قد يستثمر أو يستخدم في شراء السلع أو الخدمات أو في دفع الأجور أو في دفع الأجور أو في دفع نفقات التشغيل وهذه تمثل الدورة الأولى للإنفاق، هذه الأخيرة تعتبر دخولا بالنسبة لأصحابها وهي الأخرى تقسم إلى شريحتين واحدة تتسرب (الجزء المحتجز من كل إنفاق)، والأخرى تدخل مجرى التداول وهي تمثل الدورة الثانية للإنفاق وهكذا إلى أن تصل إلى عدة دورات للإنفاق، ومن خلالها يتضاعف أو يتكرر الإنفاق، ومن خلالها يتضاعف أو يتكرر الإنفاق<sup>2</sup> .

وحساب هذا المعدل يعتمد على متوسطات، ويمكن الحصول على مضاعف أو مكرر الإنفاق السياحي عدد المرات التي يجب أن يتضاعف بها الإنفاق الأول لمعرفة الزيادة في الدخل بالمعادلة التالية<sup>3</sup> :

المعادلة رقم 01: المضاعف

$$K = \frac{1}{1-(1-F)}$$

حيث أن:

K: المضاعف ، F : معدل التسرب من الإنفاق ، يعني أن المضاعف = مقلوب معدل التسرب.

### 3.1.3. متطلبات ومحددات الاستثمار السياحي:

أ. متطلبات الاستثمار السياحي: تعكس الخصائص التي ينفرد بها قطاع السياحة عن غيره من القطاعات طبيعة الاستثمارات الموجهة إلى هذا القطاع، ولو قارناه مع غيره من القطاعات نجد أن هذه الاستثمارات تتطلب مجموعة من الأساسيات نذكر منها:

- إن القيام ببناء فندق أو منتجع سياحي يتطلب رؤوس أموال ضخمة قد تتطلب العديد من الأطراف لتوفير التمويل اللازم (الدولة، البنوك...).

<sup>1</sup> الموسوعة العربية، القانونية والاقتصادية/الاقتصاد/المضاعف الاقتصادي، المجلد 18، متوفرة على الموقع: www.arab-eney.com، تاريخ الاطلاع: 2019/04/12.

<sup>2</sup> زيد منير سلمان، (2011): المرجع سبق ذكره، ص 26.

<sup>3</sup> زيد منير سلمان، (2011): المرجع نفسه، ص 27.

- تعتبر المشاريع السياحية خاصة الفنادق أكثر المشاريع عرضة للتضخم والكساد وذلك نظرا لاعتماد أغلبها على القروض البنكية في تمويلها وهذا ما يؤثر سلبا على المشروع (خاصة في الدول التي تعتمد على القروض بالعملة الصعبة).
- تتأثر المشاريع السياحية بشكل كبير بالظروف السائدة كالظروف الأمنية والسياسية، وهذا يعكس صعوبة الاستثمار فيه وضرورة دراسة جدواه الاقتصادية بشكل معمق.
- يعتبر الاستثمار في قطاع السياحة من القرارات الاستراتيجية التي تتطلب تدخل عدة قطاعات معا من أجل الوصول إلى تحقيق الهدف المنشود منها، وهذا ما يجعل مدة إنجاز المشاريع السياحية أطول مدة من المشاريع الأخرى. كما يتطلب الاستثمار في المشاريع السياحية توفر التكنولوجيا الحديثة التي بدورها تتطلب أموال ضخمة من أجل توفيرها<sup>1</sup>.

ب. محددات الاستثمار السياحي: فيما يلي أهم تلك المحددات:

- سعر الفائدة (علاقة عكسية طبقا للمفهوم الاقتصادي للاستثمار)؛
- انخفاض الكفاءة الحدية لرأس المال (الإنتاجية / العائد على رأس المال المستثمر)؛
- ارتفاع درجة المخاطرة (وهي العلاقة بين العائد والمخاطرة)؛
- مدى توفر الاستقرار الاقتصادي والسياسي والمناخ الاستثمار الملائم؛
- عوامل أخرى: مثل توفر الوعي الادخاري والاستثماري ومدى توفر السوق المالية والتمويلية الفعالة، كذلك توفر استراتيجية تسويقية ملائمة للنهوض بالقطاع السياحي<sup>2</sup>.

ج. العوامل المؤثرة في الاستثمار السياحي: تؤدي عدد من العوامل دورا فاعلا ومؤثرا في الاستثمار السياحي من أهمها:

- تكلفة الفرص البديلة: ويقصد بقياس أي شيء بأفضل بديل إذ يتم التخلي عنه أو التضحية به، وهنا يفهم أن المستثمر يخضع في اختبار الفرصة البديلة إلى عملية المفاضلة، أي يتم الاستثمار في النشاط الذي يحقق الربح السريع، لذلك فإن المستثمرين عندما يعتقدون أن الفرصة الاستثمارية البديلة في القطاع السياحي هي أفضل من المجالات الأخرى يزداد وينمو الاستثمار السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

<sup>1</sup> كمال رزيق، بوكابوس مريم، (2013): الاستثمارات السياحية كأداة لتنمية السياحة في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، تقييم واستشراف، يومي 26 و 27 فيفري 2013، جامعة غرداية، ص ص 8-11.

<sup>2</sup> موفق عدنان عبد الجبار حميري، (2010): المرجع سبق ذكره، ص ص 124-125.

• الاستقرار السياسي والمؤسسي: إن توفر بيئة استثمارية مستقرة وجاذبة يتحقق من خلال الأداء الاقتصادي الجيد / الاستقرار السياسي الراسخ / أطر تشريعية ومؤسسية متطورة / موارد بشرية كفؤة. إن مثل هذه البيئة لها دور كبير في جذب المستثمرين لاستثمار أموالهم فيها، وهذا العامل يؤثر في خلق مناخ استثماري جيد من خلال توفير حماية الاستثمارات من مخاطر التقلبات السياسية والاجتماعية، والتشريعية، كما أن وضوح النظام القانوني والإداري السائد ومدى ثباته واتساقه يؤدي إلى خلق التوازن بين الحقوق والواجبات وتخطي العقبات التي تعترض انسيابية المشاريع الاستثمارية<sup>1</sup>.

### 2.3. التنمية السياحية:

#### 1.2.3. مفهوم التنمية السياحية وأهدافها:

أ. تعريف التنمية السياحية: عرفت على أنها وسيلة لبلوغ غاية من أوجه التنمية الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة لتحقيق الاستقرار الاجتماعي والرخاء الاقتصادي المؤديان بدرجة كبيرة إلى الاستقرار السياسي<sup>2</sup>. وتم التعبير عنها بمختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي<sup>3</sup>.

كما يرى البعض أنها تأخذ طابع التصنيع المتكامل الذي يعني إقامة وتشبيد مرافق سياحية تتضمن مختلف الخدمات، بالشكل الذي يتلاءم مع القدرات المالية لمختلف فئات السياح<sup>4</sup>. إن التنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها، والتي تتطلب تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوب علمي يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وهي أقرب وقت مستطاع<sup>5</sup>.

وبأبي الفرق بين مفهوم النمو والتنمية بالنسبة لقطاع السياحة، في كون نمو النشاط السياحي سوف يتحقق طبيعياً تبعاً لما يتدفق إليه من عناصر إنتاجية متخصصة سواء رأسمال في شكل منشآت سياحية، أو بني أساسية سياحية،

<sup>1</sup> هناء عبد الغفار حمود، مغامس ربيع، (2011): دراسة الجدوى الاقتصادية لمشروع المجمع السياحي على بحيرة لسد العظيم في العراق، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، (العدد 29)، ص ص 11-12.

<sup>2</sup> نسرين رفيق اللحام، (2007): التخطيط السياحي للمناطق الأثرية، الطبعة الأولى، دار النيل للنشر، القاهرة، ص 42.

<sup>3</sup> عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، (2004): التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الوراق، عمان، الأردن، ص 19.

<sup>4</sup> زايد مراد (2010): السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني، حالة الجزائر، ورقة مقدمة في الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، يومي 9 و 10 مارس 2010، ص 05.

<sup>5</sup> كافي مصطفى يوسف، (2006): صناعة السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات، مصر، ص 106.

وكذلك تبعاً لزيادة إنتاجية هذه العناصر التي تؤدي إلى زيادة الدخل المتولد من النشاط، كما قد لا يستمر هذا الدخل في التزايد بسبب السلبيات العديدة التي قد تنشأ من التوسع العشوائي في النشاط أو زيادة الضغط على الأماكن السياحية. أما التنمية السياحية فلا بد أن تتضمن تدخلاً من جانب الهيئات الرسمية المسؤولة من حيث معدلات الاستثمار وقوة العمل المناسبة، ومن حيث دفع عملية التقدم التقني، كما ينبغي أن تتضمن أيضاً إجراء بعض التغييرات الهيكلية داخل القطاع السياحي نفسه، بمعنى تكثيف الاهتمام بالمناطق أو الأماكن التي تتميز أو يمكن أن تتميز مستقبلاً بمقدرة على تحقيق إيرادات، وقد يعني التغيير الهيكلي أيضاً إعطاء أولوية للاستثمار، فمثلاً قد تكون سياحة التسوق أو المؤتمرات أكثر مردودية بالمقارنة بغيرها<sup>1</sup>.

**ب. أهداف التنمية السياحية:** إن عملية تنمية وتطوير السياحة تكون مجرد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقومها بشكل علمي بل وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية أو أماكن أخرى، والتقوم هنا ليس مجرد تخمين نظري وإنما تقوم مقارنة مع المنتجات السياحية للدول المنافسة واعتمادها على اتجاهات وخصائص الطلب السياحي والذي يعد الأساس في تحديد وإيجاد البنية التحتية للسياحة عبر تشجيع الاستثمار السياحي وتسهيل عمل شركات الاستثمار من خلال تخفيض الضرائب والإجراءات الجمركية على الأجهزة والمعدات اللازمة لمشاريعهم.

مما تقدم يجب أن تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق زيادة متوازنة ومستمرة في الموارد السياحية، إضافة إلى ترشيد وتعميق درجة الإنتاجية في قطاع السياحة، وبالتالي فهي تتطلب تنسيق السياسات المختلفة داخل البلد نظراً لارتباطها مع أنشطة أخرى<sup>2</sup>.

### 2.2.3. الدور التنموي للنشاط السياحي:

يترتب على التنمية السياحية مجموعة من التأثيرات التنموية في المقصد السياحي للدول المستقلة كالاتي:

**أ. في مجال التنمية:** تعمل على إعادة توزيع السكان بشكل أفضل عن طريق المشاريع السياحية التي يمكن إقامتها داخل المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة، فالاستثمار السياحي الجيد يؤثر إيجاباً على كافة مجالات التنمية مما يؤدي إلى تعميق الانتماء وتنمية الوعي السياحي باعتباره أحد فروع الوعي الاجتماعي بمدى فائدة الاستثمار السياحي والنشاط السياحي داخل المجتمع.

<sup>1</sup> حليلة حسن الحسين، (2006): دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، ص ص 10-11.

<sup>2</sup> حليلة حسن الحسين، (2006): المرجع نفسه، ص ص 19-20.

ب. في مجال التنمية الاقتصادية: ذلك من خلال ما يحققه الاستثمار من مزايا وفوائد عديدة، لكون السياحة قد أصبحت من أهم مصادر الدخل الوطني، كما أنه تريد من العائد الاقتصادي الذي يدعم البناء الاقتصادي للمجتمع، ويرفع من معدلات التنمية الاقتصادية، كما أن السياحة تحقق التوازن الاقتصادي بين النشاط الصناعي والزراعي مما يرفع من كفاءة المجتمع في مواجهة متطلبات التنمية، كما تعد أهم مصادر العمات الأجنبية، فما ينفقه السائح في منطقة ما يذهب إلى أصحاب الاستثمارات المحلية، وهؤلاء ينفقونها بدورهم على شكل رواتب وأجور للموظفين ورسوم للدولة، واستحداث توسعات جديدة في استثماراتهم.

ج. في مجال التنمية الثقافية: تعتبر السياحة من أهم الوسائل الحضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات، حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات من سائحي الدول القادمين إليها (كاللغة والأفكار)، كما تسمح بالتعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية. فهي تجتذب نوعيات معينة من السائحين الذي يرغبون في إشباع رغبة المعرفة وزيادة معلوماتهم الحضارية والتعرف على ما هو متاح من التراث الإنساني القديم من خلال المتاحف والآثار القديمة، بالإضافة إلى معايشة الشعوب المختلفة بعاداتها وتقاليدها وفنونها وقيمها.

كما أن السائح باتجاهاته وميوله ورغباته ومعتقداته الشخصية حينما يقوم بزيارة سياحية لأي دولة فإن ذلك يؤدي إلى حدوث نوع من الاندماج (لغويًا/ثقافيًا) بينه وبين أفراد المجتمع، في البلد المضيف<sup>1</sup>، وهنا يكمن التحدي في محاولة التوافق بين قيم المجتمع الثقافي وصناعة السياحة<sup>2</sup>.

إن العمل السياحي يتطلب إشراك جميع الأطراف في إعداد سياساته وخططه لأن التمثيل المتعدد الأطراف يعمل بشكل أفضل من أجل المسؤولية الاجتماعية بصيغة توازن المصالح ويحد من الممارسات اللا أخلاقية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فثقافة المجتمع السياحي يجب أن تكون الأكثر استجابة لأخلاقيات السياحة لتحقيق توازن أفضل ما بين أهداف السياح والمنشآت السياحية وأهداف المجتمع المضيف، وما بين اعتبارات الكفاءة والاعتبارات الأخلاقية، ولكن ذلك كله في إطار الهدف الأساسي وهو الحفاظ على قيم وثقافة وهوية المجتمع والمساهمة في جعلها هي من ضغط على تحسين أخلاقيات العمل السياحي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عصمت عدلي، منال شوقي عبد المعطي أحمد، (2011): مقدمة في الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء للنشر، الإسكندرية، ص 33-37.

<sup>2</sup> TAO NEL : Mangaing side effects of cultural tourism development :the case of zhourhuang, Chinese geographical science, volume 11, N°04, china, p 364

<sup>3</sup> صولح سماح، محبوب مراد، (2010): ضغوط السياحة على القيم وثقافة وتقاليد المجتمع، ورقة مقدمة في المنتدى الدولي حول اقتصاد السياحة والتنمية المستدامة، بسكرة، يومي 09-10 مارس 2010، ص12.

د. في مجال التنمية السياسية والعلاقات الدولية: يظهر دور السياحة في هذا المجال من خلال تعزيز فرص السلام والتفاهم بين شعوب الدول وكذا تعزيز سبل التواصل الإنساني وتعميق أواصر التبادل الثقافي والحضاري بين مختلف المجتمعات الإنسانية<sup>1</sup>.

هـ. في مجال التنمية البيئية: تعد العلاقة بين السياحة والبيئة علاقة تكاملية، فالمستثمر يلتزم ذاتيا بالحفاظ على البيئة لانه يسوقها باعتبارها أحد مكونات المنتج السياحي، ويحافظ عليها لأنها تشكل الخلفية التي لا يستطيع بدونها أن يبيع منتجا سياحيا في الحاضر أو المستقبل. تبدو إمكانية حدوث آثار بيئية سلبية للسياحة المتوقعة مستقبلا منخفضة غير أنها قد تكون مهمة على النطاق المحلي خلال مواسم الذروة وسيتم التعامل مع هذه الآثار بغية تجنبها أو السيطرة عليها بشكل مناسب بواسطة خطط توعية مناسبة وإيجاد أنظمة ومعايير صارمة وستتطلب عملية الموافقة على التخطيط للمنشآت السياحية إخضاع العديد من المشاريع السياحية الكبيرة لبرامج تقييم الآثار البيئية بالإضافة إلى دراسة الجدوى المالية والاقتصادية<sup>2</sup>.

### 3.2.3. خطة التنمية السياحية:

تشمل عملية إعداد خطة التنمية السياحية على عدد من الخطوات المتسلسلة وهي كالتالي:

- ❖ إعداد الدراسات الأولية؛
- ❖ تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار؛
- ❖ مع المعلومات وإجراء المسوحات؛
- ❖ تحليل البيانات وتفسيرها والخروج بحقائق وتعميمات تساعد في إعداد الخطة ورسم خطوطها العامة والتفصيلية؛
- ❖ إعداد الخطة بوضع السياسات السياحية المناسبة وبدائلها لاختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذها لتحقيق أهداف الخطة وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة؛
- ❖ تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة؛

<sup>1</sup> عصمة عدلي، منال شوقي عبد المعطي أحمد، (2011): المرجع سبق ذكره، ص 38.

<sup>2</sup> من إعداد قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز الدراسات والبحوث، (2011): الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية " الفرص والتحديات "، غرفة الشرقية، المملكة العربية السعودية، ص 09.

❖ تقييم ومتابعة الخطط السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذ تطلب الأمر ذلك<sup>1</sup>.

أ. **متطلبات التخطيط لأغراض التنمية السياحية:** إن صياغة خطة سياحية لدفع عملية التنمية يستلزم مراعاة مبادئ عديدة يضمنها التخطيط والتي تتغير بمقتضى مستوى الخطة المنفذة ووضعها والذي يرتبط بمبادئ أساسية للتخطيط، إذ يقتضي وجود نقطة وصول سهلة للموقع السياحي في تلك الناحية بموقع معلوم ومعروف ومجهز بمرافق وخدمات مع توفر مساحات محددة لإنشاء المرافق والمنشآت السياحية (فنادق، مطاعم، محطات استراحة، وخدمات البنى التحتية...)،<sup>2</sup> ومن بين عوامل نجاح التخطيط السياحي وجوب توفر أربعة علاقات:

- علاقة التخطيط بالنشاط الاقتصادي: فنجاح النشاط السياحي في أي منطقة يرتبط بمستويات الأنشطة التي يمكنها أن تؤدي إلى تحقيق زيادة متواصلة في الدخل وإمكانية الاقتصاد المحلي على امتصاص هذه النحول واستخدامها؛

- علاقة التخطيط بالبيئة: على اعتبار أن التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي المتمثلة في المناخ والمناظر البيئية الطبيعية، او عوامل جذب غير طبيعية كالمناطق الأثرية والحديثة، وهنا تبدو نقطة عامة تتعلق بضرورة المحافظة على الأصول البيئية؛

- علاقة التخطيط بالقادمين إلى المنقطة السياحية: يكون من الملائم تهيئة المقيمين المحليين والمرشدين لتزويد السائحين بالمعلومات التي تتيح لهم المتعة الذهنية، فإن تزواج كل من الإمتاع النفسي والإثراء الذهني يجعل السائحين أكثر رغبة في زيارة المنطقة مرة أخرى؛

- علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي: إن نجاح التخطيط السياحي يقاس بالنسبة للدول النامية بصفة خاصة بمدى قدرته على زيادة التدفق من النقد الأجنبي إلى الدولة سواء من خلال عائدات السياحة الدولية أو من خلال انسياب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي<sup>3</sup>.

ب. **مراحل التنمية السياحية:** العديد من الدراسات تناولت مراحل التنمية السياحية، من أهمها نموذج بتلر

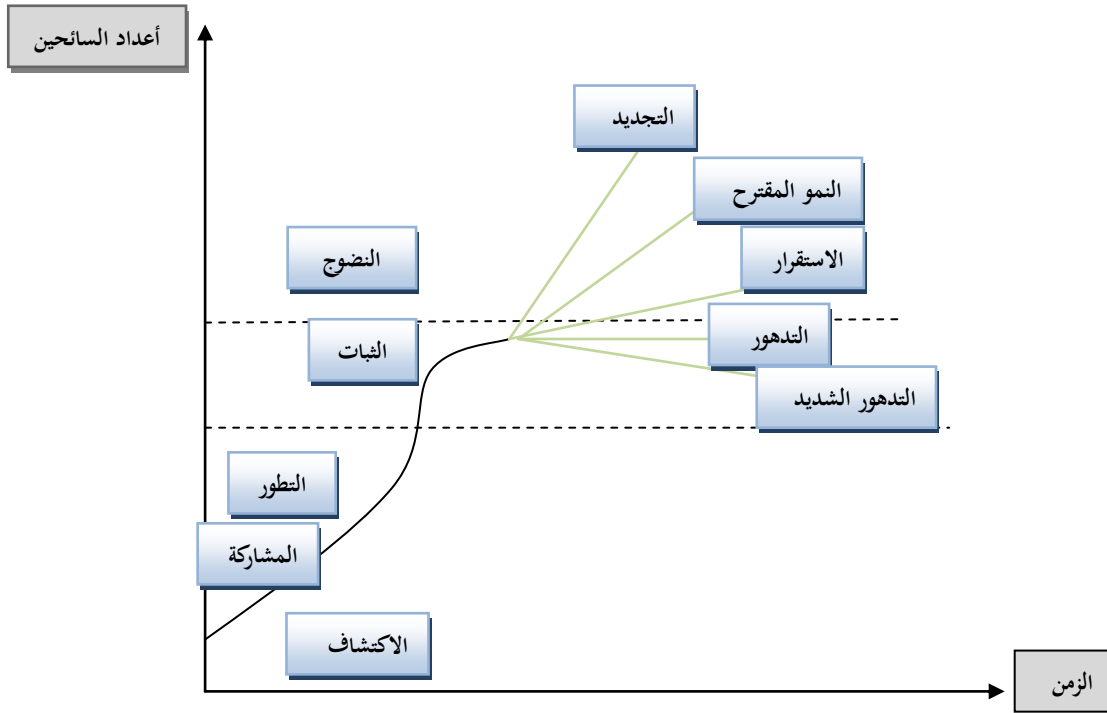
BUTLER (1980) والذي يمكن توضيحه بالشكل التالي:

<sup>1</sup> محمد زرقون، أبو حفص رواني، (2013): متطلبات تحقيق التطوير المستدام للسياحة، ورقة بحثية في الملتقى الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف، غرداية، 26 و 27 فيفري 2013، ص 5.

<sup>2</sup> عقيل قاسم هاشم، (2009): مستوى نتائج التخطيط الشامل والمبرمج للقطاع السياحي في ظل إدارة فعالة، مجلة خاصة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 17، العدد 1، ص 93.

<sup>3</sup> نور الدين هرمز، (2006): التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سوريا، المجلد 28، العدد 03، ص 15.

الشكل رقم 1-5: نموذج بتلر لمراحل التنمية



المصدر: جلييلة حسن حسين، (2006): دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، ص 21.

من خلال الشكل يتضح أن مراحل التنمية السياحية تتشابه مع دورة حياة المنتج، فالمرحلة الأولى تبدأ باكتشاف مجموعة من السائحين لمنطقة سياحية جديدة، ثم تبدأ مرحلة المشاركة وتظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات، بعدها تبدأ مرحلة الانطلاق حيث يتم توفير الخدمات بشكل مكثف لتصل لمرحلة النمو وتعتبر أخطر المراحل من حيث تأثير السياحة على المنطقة وخاصة التأثير البيئي وما يمكن أن ينتج عنه من تدمير لعناصر الجذب السياحي فإذا استمر النمو مع تحقيق مبدأ التوازن تصل المنطقة لمرحلة النضوج، بعدها يمكن أن يتوقف النمو والتدفق السياحي إليها عند حد معين لا يزيد عنه، مع احتمال حدوث مرحلة الانحدار حينما تدخل المنطقة في التدهور نتيجة لتوجه السائحين إلى مناطق سياحية منافسة يتوافر فيها كافة المقومات السياحية التي تشبع رغبتهم ودوافعهم، ومع ذلك قد يظهر اتجاه آخر نحو التحديد في هذه المرحلة، فتوافر سياسة تسويقية ناجحة تمنع المنطقة من الوصول لمرحلة الانحدار<sup>1</sup>.

ج. برمجة التنمية السياحية (الدور المناسب للقطاع العام والخاص في تنفيذ الخطة): يتم التنفيذ وفق نهج عام يتم فيه وضع برنامج عمل يتضمن تحديدا للمشاريع والأعمال، كما يتضمن التكاليف التقديرية والجهات المسؤولة عن التنفيذ والمتابعة.

<sup>1</sup> جلييلة حسن حسين، (2006): المرجع سبق ذكره، ص 22.

إن مسؤولية تطوير السياحة تقع على القطاعين العام والخاص معاً، ومع تحديد دور كل طرف في الخطة وبرامج تنفيذها، فالعديد من البلدان يترك للقطاع الخاص الدور القيادي في معظم مجالات التنمية والعمل المباشر بالتنمية، لكن في المناطق النامية سياحياً يكون للدولة دور قيادي في مرحلة مباشرة بالتنمية، وبشكل عام يجب النظر لدور الدولة في السياحة بأنه دور دعم وتسهيل وتنظيم وخاصة في مجالات رسم السياسة السياحية المستهدفة والمبادرة بالتخطيط العام، وتنفيذ الدراسات والأبحاث السياحية، وتأمين البيئة التحتية الأساسية، وتطوير بعض الموارد السياحية ووضع وإدارة مقاييس ومستويات التسهيلات السياحية وضوابط استخدامات الأرض وتعليمات حماية البيئة، ومنح تسهيلات وحوافز لتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في السياحة والمساهمة في رأسمال وأعمال القطاع المشترك، وحدود دور الدولة تبقى في إطار تحقيق أسس السياحة الاستثمارية، ودور الجماعات المحلية ينطلق من أن التنمية تتم لصالحهم ولتطوير منطقتهم<sup>1</sup>.

وفي هذا الإطار وجب التنويه لحدود حفظ وتنمية السياحة، فالمفارقة تكمن في خلق الجدل حول الحفاظ على الموارد الطبيعية، وما قد ينجر عنه من استخدام لهذه الأخيرة وذلك بتلاقيها مع الرؤية المستقبلية لنيل فرصة استثمارية سياحية<sup>2</sup>.

يتحقق التعاون والتكامل بين تلك الأدوار من خلال تكوين جهاز مشترك وآلية تنظيمية لوضع أهداف ومرتكزات الخطة المحلية وتنفيذها، ويكون ذلك الجهاز على شكل مجلس استشاري أو لجنة تضم ممثلين عن جميع الجهات المعنية، تناقش الأمور خاصة التي تتعلق بالمحافظة على المعالم الطبيعية والبيئية والتاريخية والثقافية والأثرية<sup>3</sup>.

### 3.3. أثر التنمية السياحية على الاقتصاد:

تعتبر السياحة من الأنشطة التي تؤثر في العديد من الأنشطة الاقتصادية الأخرى، فهي تحتاج إلى الخدمات التي تقدمها قطاعات النقل، والفنادق ومؤسسات تقديم الأطعمة والمشروبات والمؤسسات والترفيه السياحي وغيرها، وهو ما يجعل السياحة تلعب دوراً مهماً في التأثير في الدخل القومي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة وذلك لأن عرض المنتج السياحي في السوق يتطلب تشغيل عناصر الإنتاج المختلفة.

<sup>1</sup> رعد مجيد العاني، (2008): المرجع سبق ذكره، ص 148.

<sup>2</sup> Sanette FERREIRA, (2004): problems associated with tourism development in southern in southern qfrica : the case of transformation conservation areas, geo-journal-netherlands, N°60, p302

<sup>3</sup> رعد مجيد العاني، (2008): المرجع سبق ذكره، ص 149

وهناك العديد من الدول التي تعد السياحة بالنسبة لها أحد المصادر الرئيسية في تكوين دخلها الوطني نظرا لما تمتلكه من مقومات قادرة على استقطاب ملايين السياح.<sup>1</sup>

كما تساهم السياحة في تحسين ميزان المدفوعات من خلال تقديمها منتجا سياحيا تصديريا جديدا منافسا، وتؤثر أيضا في تنشيط الاستثمار وخلق فرص عمل جديدة من شأنها أن تؤدي إلى خفض نسب البطالة.

وكذلك يساهم قطاع السياحة في الناتج المحلي وتنمية التوازن الاقتصادي والاجتماعي للسكان، أي تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <http://specialtres.bayt.Com>,. consulté le 05/05/2019.12 :02

<sup>2</sup> [www.webreviw.dz](http://www.webreviw.dz).consulté .05/05/2019.12 :47

## خلاصة الفصل الأول:

يتبين لنا من خلال ما سبق، أن السياحة ظاهرة ونشاط من النشاطات القديمة التي عرفها الإنسان شهدت تطورات سريعة ومستمرة موازاة مع تطور الحياة وأساليبها مما أدى إلى اتساع نطاقها وزيادة أهميتها، فأصبحت تحتل مكانة مهمة في حياة الأفراد والأمم، فباتت من الصناعات الأساسية في الاقتصاد ومصدر كبير للعملة الصعبة، فهي عبارة عن نشاط يقوم به الإنسان يتمثل في إقامته خارج الديار يمارس فيه نشاطات متعددة، وهذا قصد الترفيه كما نشير إلى تعدد وتباين أنواعها الذي جعل نجاحها يتوقف إلى حد كبير إلى الاهتمام بالعديد من المجالات التي تؤثر وتتأثر بالنشاط السياحي، فعملية تنميته وتطويره يكون بمجرد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علمي وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين.

والتقويم ليس مجرد تخمين نظري، وإنما تقويم مقارن مع المنتجات السياحية للدول المنافسة واعتمادها على اتجاهات وخصائص الطلب السياحي والذي يعد الأساس في تحديد وإيجاد البنية التحتية للسياحة عبر تشجيع الاستثمار السياحي. حيث تلعب السياحة دور كبير في الاقتصاد من خلال تأثيرها على عدة مجالات كميزان المدفوعات والتشغيل وكذا الخل القومي كذلك تعتبر سوق رائجة قابلة للنمو إذا وجدت ترويجا مناسباً يجعل منها أحد الموارد المهمة في الاقتصاد الوطني.

## تمهيد:

بالرغم من أن قضية التنمية تعتبر مسألة مطروحة منذ مدة طويلة، بالشكل الذي شغل الفكر الاقتصادي عبر مراحل تطوره، ولو أن ذلك تم تحت تسميات متعددة أو في إطار تناول مختلف المفاهيم الاقتصادية أو الاجتماعية الأخرى، ثم نالت بعد الحرب العالمية الثانية اهتمامات مختلف المؤسسات -محلية وإقليمية ودولية- باعتبارها المشكلة الأساسية التي تواجه الدول النامية، فإن تحديد مفهوم دقيق للتنمية الاقتصادية يبقى أمرا عسيراً بالنظر للتطورات التي حصلت في الفكر التنموي، وإبراز كل هذا فإن الفصل الثاني من هذه الدراسة سيتضمن النقاط الأساسية التالية:

1. مفاهيم أساسية حول التنمية والتنمية الاقتصادية.
2. مؤشرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية في القطاع السياحي.
3. عرض تجارب ناجحة في مجال السياحة وأثرها على البيئة الاقتصادية.

## 1. مفاهيم أساسية حول التنمية والتنمية الاقتصادية:

لقضية التنمية الاقتصادية بعدا مجتمعيا على مستوى العالم المتقدم أو النامي حيث تعد هدفا تسعى إليه جميع الدول من خلال العمل على الاحتفاظ بمعدل مناسب منها حتى يتحقق للمجتمع على المدى البعيد التوظيف الكامل دون حدوث تضخم أو انكماش، أما الدول النامية فإن الهدف من التنمية هو زيادة معدلات النمو في الدخل القومي الحقيقي، أي الحد من البطالة والارتقاء بالمواطن وتحقيق آماله في حياة كريمة وفقا للمعايير الصحية والتعليمية والاجتماعية، وكل ما يجعل منه إنسانا صالحا مساهما في تقدم وطنه.

## 1.1. التطور التاريخي لمفهوم التنمية:

شهد مفهوم التنمية تطورات هائلة ومتسارعة نظرا لاهتمام العديد من الباحثين بقضايا التنمية، إذ تبرز أهمية هذا المفهوم في تعدد أبعاده ومستوياته وتشابكه مع العديد من المفاهيم، لقد ظهر مفهوم التنمية بصورة أساسية منذ الحرب العالمية الثانية، حيث لم يستعمل هذا المفهوم منذ ظهوره بصورة أولية في عصر الاقتصادي البريطاني البارز " آدم سميث " في الربع الأخير من القرن الثامن عشر، وحتى الحرب العالمية الثانية إلا على سبيل الاستثناء، فالمصطلحان اللذان استخدما للدلالة على حدوث التطور المشار إليه في المجتمع هما التقدم المادي والتقدم الاقتصادي<sup>1</sup>، وحتى عندما ثارت مسألة تطوير بعض اقتصاديات أوروبا الشرقية في القرن التاسع عشر، كانت الاصطلاحات المستخدمة هي مصطلح التصنيع<sup>2</sup>.

استعمل مصطلح التنمية في اللغتين الإنجليزية والفرنسية للدلالة على زيادة الشيء وتوسعه عبر مراحل مختلفة، وفي مجالات معرفية متعددة، وقد أثار جدلا كبيرا على المستويين النظري والتطبيقي بعد استخدامه لأول مرة سنة 1949 كبديل لمرادف التطور والتقدم والتصنيع<sup>3</sup>.

وقد درج الوضع في بعض الدول النامية على إثارة اللفظ " الإنماء " على لفظ " التنمية " على اعتبار أن الإنماء يعبر عن الاتجاه القصدى في التنمية، بينما ينسحب لفظ " التنمية " على العملية ذاتها، ويرى البعض أن كلا اللفظين لا يعبر عن

<sup>1</sup> جمال رضا حلاوة وعلي محمود موسى صالح، (2009): مدخل إلى علم التنمية، الطبعة العربية الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 20.

<sup>2</sup> مفيدة ديب، (2012): رقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ص 21.

<sup>3</sup> مفيدة خالد الزقوي، (2009): التنمية، مراجعة للمفهوم والأبعاد ومنهجية القياس، مجلة الجامعة المغاربية، العدد السابع، ص 92.

الواقع المقصود في الدول النامية، حيث الحاجة إلى التغيير الجذري في أوضاع مختلفة، بينما التنمية في الدول المتقدمة هي تنمية لأوضاع لا تعد متخلفة.

لقد كان الفكر الاقتصادي والغربي بالذات في البداية هو الذي وضع مؤشرات التنمية، وذلك من خلال منظور اقتصادي، وعرفت التنمية بأنها تنشيط الاقتصاد الوطني وتحويله من حالة الركود والثبات إلى مرحلة الحركة والديناميكية عن طريق زيادة مقدرة الاقتصاد الوطني لتحقيق زيادة سنوية ملموسة في إجمالي الناتج الوطني، مع تغيير هيكل الإنتاج ووسائله ومستوى العمالة، وتزايد في الاعتماد على القطاع الصناعي والحرفي يقابله انخفاض في الأنشطة التقليدية، ويعني ذلك تغيير البنية الاقتصادية وذلك بالتحول إلى اقتصاد الصناعة، ولهذا اعتبرت الزيادة السنوية للملموسة في إجمالي الناتج الوطني ومتوسط دخل الفرد المرتفع من المؤشرات الأساسية للتنمية، وقد حدث من جراء ذلك خلط في المفاهيم بين التنمية والتنمية الاقتصادية، وبين التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي، وبرزت على ساحة أدب التنمية بعد ذلك محاولات لتحليل مفهوم التنمية.

## 2.1. التنمية: التعريف، الخصائص والمجالات:

### 1.2.1. تعريف التنمية:

تعددت تعاريف التنمية بتعدد آراء ووجهات نظر الباحثين، فيعرفها الباحث الاقتصادي Schumpeter على أنها "تحقيق تغييرات جوهرية وتكنولوجية واجتماعية وسياسية بالإضافة إلى تغييرات في الاقتصاد".<sup>1</sup> فالتنمية لم تقم على معطى اقتصادي محض، حيث أن استراتيجية التراكم الرأسمالي وإن كانت هي الأساس الذي قامت عليه التنمية الاقتصادية بالنسبة للدول المتقدمة، إلا أن الواقع يشير إلى فقر عوامل أخرى مساندة كقوى العمل والمهارات والكفاءات التنظيمية والتطورات التكنولوجية المتتابة والمرتبطة بالحضارة، وأنماط من السلوك مرتبطة بأخلاق العمل وبالالتجاهات العامة نحو العمل الصناعي<sup>1</sup>، وينظر البنك الدولي للتنمية على أنها "عملية تحويل المجتمع من العلاقات التقليدية وطرق الإنتاج التقليدية إلى طرق أكثر حداثة، ويرى البنك أن تيسير إنجاز هذه العملية لا يتحقق إلا إذا شملت التنمية تحسين مستويات الحياة كالصحة والتعليم وتخفيف الفقر واضطراب التنمية"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> <http://www.hrdiscussion.com/hr14827.html>, consulté le 17/04/2019, 17:41

<sup>2</sup> مدحت القرشي، (2007): التنمية الاقتصادية (نظريات وسياسات وموضوعات)، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص130.

وعرفت التنمية بأنها " مجموعة من الوسائل والجهود المختلفة التي من خلالها يتم الاستخدام الأمثل للثروة بشقيها المادي والبشري، والتي بدورها تؤدي إلى إحداث تغيير في أنماط السلوك وأنواع العلاقات الاجتماعية"<sup>1</sup>.

كما عرفت التنمية بأنها " عملية حضارية متكاملة تعني بدفع كفاءة القوى المنتجة بما ينمي الثروة القومية، ويولد الفائض الاقتصادي اللازم للتوسع المطرد في الاستثمار، كما تعني التنمية بتوفير الخدمات الأساسية للأفراد المنتجين لتوفر لهم الشروط الموضوعية للوصول إلى مستوى التطوير التكنولوجي المطلوب"<sup>2</sup>.

وبشكل عام، يمكن تعريف التنمية على أنها مجمل الاستراتيجيات والمناهج والطرق التي تؤدي إلى إحداث تغييرات إيجابية على المستوى السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي والتكنولوجي، وذلك كل ما هو متاح من موارد طبيعية، مادية وبشرية للقضاء على الواقع الاقتصادي والاجتماعي المتخلف، وصولاً إلى تأمين الدخل اللائق للأفراد الذي يمكنهم من إشباع رغباتهم المتعددة وتحقيق الرفاهية.

ولا شك أن التنمية لا تعني التنمية الاقتصادية فسحب، كما أن التنمية الاقتصادية لا تعني التصنيع فحسب، إن التنمية بمعناها الشامل تضم جوانب اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية، فهي ليست عملية اقتصادية ولا اجتماعية، ولا سياسية، ولا ثقافية فقط، ولكنها مزيج من هذه كلها، وهناك اتجاه متزايد نحو النظر إلى التنمية في هذا الإطار الشمولي الذي يحوي المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، بحيث تتفاعل جميعها مع بعضها في ذلك الإطار.<sup>3</sup>

### 2.2.1. خصائص التنمية:

إن التنمية تقوم على الإنسان باعتباره العنصر الأساسي في عملية التطور والتقدم، ولا يمكن أن يكون هناك تنمية بدون تدخل الإنسان، فمنذ وجد الإنسان على وجه الأرض وهو يسعى إلى أن يطور من إمكانياته الذاتية ويجعلها قادرة على استيعاب ما حوله وإعادة صياغة تلك الإمكانيات في قوة دافعة نحو التغيير، كما أن التنمية باعتبارها ظاهرة إنسانية ترتبط بحياة الإنسان وجوداً وعطاءً وعدمًا، فحيثما وجد الإنسان وجدت التنمية ووجد البحث والتنقيب على اختلاف تصوراتنا لهذه التنمية ومحتواها وطبيعتها، إلا أنها تبدو كحالة ملازمة لحياة الإنسان على الأرض، وحين يتوقف الإنسان عن العطاء فإنه

<sup>1</sup> جمال رضا حلاوة وعلي محمود موسى صالح، (2009): المرجع سبق ذكره، ص 22.

<sup>2</sup> مدحت محمد أبو النصر، (2009): تنمية الموارد البشرية، الطبعة الأولى، الروابط العالمية للنشر والتوزيع، حلوان، مصر، ص 14.

<sup>3</sup> مفيد ذيب، (2012): المرجع سبق ذكره، ص 22.

يتوقف عن الوجود، إذ لا قيمة له إلا بعطائه وعمله المتحرك المستمر الذي يجب أن يهدف إلى التقدم والتطور والنمو نحو الأفضل، إن التنمية بهذا المفهوم لها طبيعة تميزها وتبرزها حتى تؤدي الهدف المقصود منها، ومن أبرز ملامح هذه الطبيعة أنها:

أ. **ظاهرة دينية:** إن ما يسود من تصور عند بعض المثقفين من أن الدين يعد عائقاً للتنمية أو التطور، إنما هو تصور خاطئ مرجعه وسببه موقف فكري أو سياسي أو عدم فهم حقيقة الدين وأهدافه، وعجز عن استيعاب ذلك بروح علمية متفتحة مستثمرة جميع العناصر والمؤثرات لدفع الإنسان نحو التنمية، والدين أحد هذه العناصر المؤثرة، والإسلام باعتباره خاتم الأديان جاء بروح قوية تدفع الإنسان إلى أن يفكر فيما حوله ويستغل ما منحه الله من قدرات ذاتية أو من الطبيعة، وأن يجعل منها فكرة ملازمة لإيمان الإنسان بدينه وربّه، وقد دعا الإسلام إلى تعمير الأرض والاستفادة من خيراتها بقوله تعالى:

" وإلى ثمود أخاهم صالحاً قال يا قوم اعبدوا الله ما لكم من إله غيره هو أنشأكم من الأرض واستعمركم فيها فاستغفروه ثم توبوا إليه إن ربي قريب مجيب " (هود، 61). وقال ابن كثير في تفسير هذه الآية " استعمركم فيها: أي جعلكم عمارة تعمرونها وتستعملونها أي عمارة للأرض، وليس هناك أدق من مفهوم التعمير للتعبير عن التنمية في مفهومها الإسلامي، إذ ليس المقصود من ذلك هو التعمير المادي الحسي، بل التعمير يعني التطوير والتنمية".

ب. **ظاهرة تاريخية مستمرة:** التنمية متلازمة مع حركة التاريخ ترتفع تارة وتنحط أخرى وفقاً للظروف البيئية والزمنية التي تمر بها، بل ارتبطت التنمية بكثير من الأطوار التاريخية التي مرت بها البشرية من التخلف والحياة البدائية إلى ظهور حاجات الإنسان وبجته عما يلي تلك الحاجات، وما بذله من جهد أدى إلى تطور متنام في الحياة الإنسانية، ثم تطور في استخدام المعطيات الطبيعية والمادية التي أسهمت في ما وصل إليه الإنسان من تقدم ورفق<sup>1</sup>.

ج. **ظاهرة اجتماعية:** باعتبار أن التنمية مرتبطة بحياة الإنسان وتطورها وتغيرها، فهي عبارة عن عمليات تغيير اجتماعي تلحق بالبناء الاجتماعي ووظائفه بغرض إشباع الحاجات الاجتماعية للأفراد، ولما كان هذا التغيير الاجتماعي ينصب على كل تغيير يقع في التركيب السكاني للمجتمع أو في بنائه الوظيفي، أو في نظمه الاجتماعية، أو في أنماط العلاقات الاجتماعية التي ينتمون إليها، كما تتناول التنمية مختلف المشكلات المتصلة بالتغيير الاجتماعي كالفوارق الكبيرة في مستويات المعيشة والمشكلات العمالية ومشكلات التغيير الاجتماعي السريع. ولذلك فالتنمية ذات بعد اجتماعي يمتد إلى جميع جوانب المجتمع مؤثرة ومغيرة، وتتلائم التنمية والتغيير الاجتماعي تلازماً مضطرباً، فكلما اتجه المجتمع نحو التغيير والتطور

<sup>1</sup> جمال رضا حلاوة وعلي محمود موسى صالح، (2009): المرجع سبق ذكره، ص 63-64.

كلما أدى ذلك إلى سرعة في التنمية، والعكس صحيح، فكلما كانت برامج التنمية مؤثرة في المجتمع كلما أدى ذلك إلى تطوره وتغييره.

د. ظاهرة اقتصادية: لقد ارتبط مفهوم التنمية في كثير من الحالات بالتنمية الاقتصادية باعتبارها أوضح صور التنمية، إلا أن التنمية في ذاتها تعد ظاهرة اقتصادية لما للاقتصاد من تأثير واضح في مدى تقدم برامج متقدمة للتنمية في ظل ظروف من أهمها:

- اقتصاد متخلف يعاني من الركود؛
- تدني مستوى دخل الفرد؛
- ندرة الموارد الاقتصادية؛
- تخلف في وسائل الإنتاج.

ويلاحظ ذلك في برامج التنمية التي تقوم بها الدول النامية ذات المستوى الاقتصادي المتوسط أو المتدني، حيث تكون هذه البرامج محدودة وقاصرة عن تحقيق متطلبات التنمية الشاملة في تلك الدول، بينما تجد الدول الصناعية أو ذات المستوى الاقتصادي العالمي نفسها تنفذ برامج تنمية متقدمة خلال فترة وجيزة.

هـ. ظاهرة كلية: التنمية هي ظاهرة شاملة كلية تلحظ في شتى جوانب الحياة، خلافا لما ذهب إليه بعض الاقتصاديين وعلماء المجتمع من احتمالية أن تكون التنمية ظاهرة جزئية تهتم بتطوير انب محدد من المجتمع وتنميته، إذ يعتبرون التنمية الاقتصادية أو الاجتماعية هي التنمية الحقيقية التي قد تؤدي إلى تطور المجتمع مستدلين على ذلك ببعض التجارب، وبإمكانية التطبيق الجزئي وصعوبة التطبيق الكلي للتنمية لما يستلزم ذلك من إمكانيات ومستلزمات كثيرة وكبيرة، إلا أن الواقع يشير إلى أن التنمية الجزئية تنمية قاصرة بل قد يؤدي ذلك إلى خلل في عناصر التنمية ومكوناتها، ولذا لا بد من فهم التنمية بأنها عملية تشترك فيها كافة المتغيرات والمؤثرات التي يتكون منها المجتمع، إذ لا يمكن إحداث تنمية مع إهمال جانب من جوانب المجتمع.

### 3.2.1. مجالات التنمية:

تطور مفهوم التنمية بالعديد من المجالات، إذ برز مفهوم التنمية بداية في علم الاقتصاد، حيث استخدم للدلالة على عملية إحداث مجموعة من التغييرات الجذرية في مجتمع معين، ثم انتقل مفهوم التنمية إلى حقل السياسة منذ ستينات القرن العشرين، حيث ظهر كحقل منفرد يهتم بتطوير البلدان غير الأوروبية تجاه الديمقراطية.

ولاحقا تطور مفهوم التنمية ليرتبط بالعديد من الحقوق المعرفية، فأصبح هناك التنمية الثقافية التي تسعى لرفع مستوى الثقافة في المجتمع وترقية الإنسان، وكذلك التنمية الاجتماعية التي تهدف إلى تطوير التفاعلات المجتمعية بين أطراف المجتمع، الفرد، الجماعة، المؤسسات الاجتماعية المختلفة والمنظمات الأهلية، بالإضافة لذلك استحدث مفهوم التنمية البشرية الذي يهتم بدعم قدرات الفرد وقياس مستوى معيشتته وتحسين أوضاعه في المجتمع.<sup>1</sup>

أ. **التنمية الاقتصادية:** يتناول الاقتصاديون موضوع التنمية كمسألة اقتصادية بحثه، إذ يستعملوا مصطلحي النمو والتنمية، ويعرف الاقتصاديون التنمية بأنها " الجهود التي تستهدف إحداث زيادة في الناتج عن طريق التغييرات الهيكلية الشاملة في الكيان الإنتاجي وفي الأساليب الفنية للإنتاج وأوضاعه التنظيمية، فضلا عن تغيير نمط توزيع الاستخدامات المختلفة للموارد على مختلف قطاعات الإنتاج، وتتضمن كل التغييرات اللازمة لانتقال المجتمع من حالة الركود الاقتصادي إلى حالة النمو الذاتي خلال فترة زمنية معينة"<sup>2</sup>.

وبشكل عام، يمكن تعريف التنمية الاقتصادية على أنها الزيادة التي تطرأ على الناتج القومي في فترة معينة مع ضرورة توفر تغيرات تكنولوجية وفنية وتنظيمية في المؤسسات الإنتاجية القائمة أو التي ينتظر إنشاؤها<sup>3</sup>.

ب. **التنمية السياسية:** تعرف التنمية السياسية بأنها " مجموعة من الأفكار التي يمكن أن يدلى بها للمساهمة في تكوين رأي عام للتأثير به لدى القرار السياسي، وبالتالي فإنها ببساطة المشاركة في صنع القرار السياسي عن طريق مجموعة من الوسائل، الأحزاب، الجمعيات، النقابات، وتهدف إلى الاستجابة لمطالب المجتمع، فالتنمية السياسية هي مستوى متطور من الفكر يبحث عن ترقية علاقة الدولة بالمجتمع"<sup>4</sup>.

ج. **التنمية الاجتماعية:** ظهرت لأول مرة وبطريقة علمية ورسمية في هيئة الأمم المتحدة سنة 1950، وقد عرف كل من Larry.Nilson و Verner Ramcay التنمية الاجتماعية على أنها " دراسة تهتم بتغيير المجتمع من حيث بناؤه، فهي العملية الهادفة التي تؤدي إلى تنمية الوعي والاعتماد بين المواطنين في تنمية قدراتهم على تحمل المسؤولية في مواجهة مشكلاتها،

<sup>1</sup> جمال رضا حلاوة وعلي محمود موسى صالح، (2009): المرجع سبق ذكره، ص 21.

<sup>2</sup> أحمد أبو اليزيد الرسول، (2007): التنمية المتواصلة الأبعاد والمناهج، الطبعة الأولى، مكتبة بستان المعرفة لطباعة ونشر وتوزيع الكتب، الإسكندرية، مصر، ص 81.

<sup>3</sup> بشار يزيد الوليد، (2008): التخطيط والتطوير الاقتصادي، الطبعة الأولى، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 115.

<sup>4</sup> السبتي وسيلة، (2009): تمويل التنمية المحلية، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص 20-21.

بالإضافة إلى ذلك يجب أن تكون هناك دفعة قوية عن طريق تعبئة كل الطاقات والإمكانيات الموجودة في المجتمع للوصول إلى تطور المجتمع اقتصاديا واجتماعيا<sup>1</sup>.

وتعرف أيضا على أنها " وسيلة ومنهجاً على أسس عملية مدروسة لرفع مستوى الحياة، وإحداث تغيير في طرق التفكير والعمل والمعيشة في المجتمعات المحلية النامية، مع الاستفادة من إمكانيات تلك المجتمعات المادية وطاقاتها البشرية بأسلوب يلاءم حاجات المجتمع وتقاليد، وقيمه الحضارية والمدنية"<sup>2</sup>.

د. التنمية البشرية: يتمحور مفهوم التنمية البشرية حول الكائن البشري ذاته، فالناس هم الثروة الحقيقية لأي أمة، هذا لأن هدف التنمية أن يعيش الناس حياة كريمة وخالية من العلل<sup>3</sup>.

هـ. التنمية الثقافية: تعتمد التنمية الثقافية على تزايد عدد العلماء، المثقفين، الباحثين والمفكرين وعدد الطلبة في الجامعات، وبالتالي فهي أساس وركيزة في ظهور تنمية اقتصادية واجتماعية، وعليه كلما ارتفع المستوى العلمي وحجم الوعي ونسبة البحث العلمي في المجتمع كلما أدى ذلك إلى تزايد حظوظ نجاح التنمية الشاملة<sup>4</sup>.

و. التنمية المستدامة: إن التطور في الفكر التنموي الحديث أبرز إضافة إلى أدبيات التنمية من خلال العقود الأخيرة، ألا وهو مفهوم التنمية المستدامة<sup>5</sup>، فصندوق النقد الدولي والبنك الدولي يشيران إلى التنمية المستدامة بالزيادة في الدخل الفردي والتي يمكن المحافظة عليها بعيدا عن آثار التضخم أو مشاكل ميزان المدفوعات<sup>6</sup>.

### 3.1. التنمية الاقتصادية التعريف، المتطلبات، ومصادر تمويلها:

#### 1.3.1. تعريف التنمية الاقتصادية ومتطلباتها:

أ. تعريف التنمية الاقتصادية: الإنماء والتنمية مصطلحان مترادفان ويقابلهما في اللغة الفرنسية "Développement" وبالإنجليزية "Development" ويقصد بهما حدوث تطورات وتغيرات أساسية هامة على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي.

1 www.univ-chlef.dz/uhbc/.../com-dic-2008-8.pdf, consulté le 12/03/2014, 19 :56.

<sup>2</sup> أحمد أبو اليزيد الرسول، (2007): المرجع سبق ذكره، ص 83.

<sup>3</sup> وسن عبد الرزاق حسن، (2013): إضاءات في التنمية البشرية وقياس دليل الفقر الدولي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 20.

<sup>4</sup> محمد أحمد بيومي، (2002): علم الاجتماع الثقافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص 189.

<sup>5</sup> François Couilbault et constant Eliashberg, (2011) : les grands principes de l'assurance, 10ème édition, l'argus de l'assurance, France, p53

<sup>6</sup> حاتم حميد محسن، (2010): الاقتصاد والتنمية، الطبعة الأولى، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ص ص 45-46.

ويقصد بالتنمية الاقتصادية " تلك التغيرات التي تحدث في المجالات الثقافية والاجتماعية والسياسية والتكنولوجية وكذلك في البنى والقوة الفاعلة، وينتج عنها تحقق النمو الاقتصادي للمجتمع "1.

ولقد تعددت التعاريف للتنمية بين المفكرين والاقتصاديين: " على أنها تحسنا على المستوى الفردي في مستويات المهارة والكفاءة الإنتاجية<sup>2</sup>، وحرية الإبداع والاعتماد على الذات وتحديد المستويات "، كما يعرفها البعض الآخر من المفكرين: " بأن العملية التي يتم بمقتضاها الانتقال من حالة التخلف إلى حالة التقدم، هذا الانتقال يقتضي أحداث العديد من التغيرات الجذرية والجوهرية في البنيان والهيكلة الاقتصادي<sup>3</sup>، ويعرفها آخرون بأنها " العملية التي يتم بمقتضاها دخول اقتصاد قومي مرحلة الانطلاق نحو النمو الذاتي "، وعلى العموم فإن التنمية الاقتصادية " هي العملية التي من خلالها تتحقق زيادة في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي والتي تحدث خلال تغيرات في كل من هيكل الإنتاج ونوعية السلع والخدمات المنتجة إضافة إلى إحداث تغيرات في يكل توزيعي الدخل لصالح الفقراء<sup>4</sup>، وتعرف أيضا بأنها التبادلات التي تحدث في المجتمع يسعى لتحقيق نمو مدعم ذاتيا في مدة قصيرة من الزمن<sup>5</sup>.

ونستخلص مما سبق أن التنمية الاقتصادية تهدف إلى زيادة الطاقة الإنتاجية خاصة وهذا يعتمد على أمور عدة أهمها زيادة الاستثمار، وهنا يتعين على القائمين بعملية التنمية اختيار الاستراتيجية الملائمة للتنمية الاقتصادية التي ساعد على تطور الاقتصاد وتحقيق الأهداف المطلوبة، كما تهدف التنمية الاقتصادية أيضا على رفع مستوى المعيشة للمجتمع معين، بل على تحسين أحواله المعيشية وتحقيق أمانه المختلفة، ولما كانت التنمية ترمي إلى تحقيق حياة أفضل لذا يفترض في أن تكون شاملة في سعيها لتعميم فوائدها على غالبية المواطنين وتتولاها لمختلف نواحي الحياة، وبالتالي فهي منهج مقرر وعمل مقصود يرمي إلى تحقيق نتائج معينة غير التي كان من المقرر أن تحصل لو تركت الأمور على هوائها وهي أيضا عملية توازن واع وحكيم بين النواحي التي يجب أن تتناولها مع ما تفترضه هذه العملية من إعطاء بعض الأولويات لبعض النواحي

<sup>1</sup> يوسف عبد الله الصايغ، (1985): مقررات التنمية الاقتصادية العربية، المؤسسة العربية للدراسات، بيروت، ص 13.

<sup>2</sup> صبحي محمد قنوص، (1999): أزمة التنمية، دراسات تحليلية للواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي لبلدان العالم الثالث، الطبعة الثانية، الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 97.

<sup>3</sup> محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، (2005): التنمية الاقتصادية دراسات نظرية وتطبيقية، الإسكندرية، مصر، ص 42.

<sup>4</sup> محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، (2005): المرجع سبق ذكره، ص 42.

<sup>5</sup> طارق الحاج، (1998): علم الاقتصاد ونظرياته، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 186.

والمشاريع على غيرها، لأنها ملتقى عقلية واجتماعية في حياة السكان لجعلهم صالحين لأن النمو بصورة تراكمية ودائمة إنتاجهم الفعلي الشامل.

إذن التنمية الاقتصادية عبارة عن مجموعة من الإجراءات تتخذ عن قصد من شأنها زيادة الدخل القومي خلال فترة زمنية معينة بمعدل أكثر من زيادة نمو السكان، إذا فهي عملية متعددة الجوانب، لها ركائزها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وحتى يمكن تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تلك الركائز يلزم الإلمام بالمؤثرات والمشاكل والسياسات والتوجهات الموجودة في المجتمع.

ويختلف مفهوم التنمية الاقتصادية حسب اختلاف المعايير أو المؤشرات المستخدمة، فبالنسبة للمؤشرات التقليدية تعني التنمية الاقتصادية قدرة الاقتصاد القومي على تحقيق النمو الاقتصادي، أي تحقيق زيادة سنوية في الناتج القومي الإجمالي، والمؤشر الاقتصادي البديل الآخر للتنمية هو قدرة الاقتصاد القومي على تحقيق معدلات النمو في الدخل الفردي تفوق معدلات السكان، هذا وتستخدم عادة معدلات نمو الدخل الفردي بالمعيار الحقيقي أي باستبعاد أثر التضخم كمقياس لتحسن الاقتصادي للسكان أي بكمية السلع والخدمات المتاحة للفرد.

**ب. متطلبات التنمية الاقتصادية:** تقتضي التنمية الاقتصادية لنجاحها متطلبات في تغييرات متعددة في المجالات الاقتصادية السياسية والاجتماعية والثقافية في المجتمع نذكر منها:<sup>1</sup>

• في المجال الاقتصادي: تتطلب التنمية الاقتصادية عناصر ضرورية تعتمد عليها لإحداثها، وهي عادة تتمثل في عوامل الإنتاج من موارد طبيعية وبشرية، رأس المال والتكنولوجيا.

- الموارد الطبيعية: تعتبر الموارد الطبيعية عاملا مهما في عملية التنمية لا سيما إذا ما تم استغلالها بصورة مناسبة وعقلانية، غير أنه لا يمكن اعتبارها عنصرا أساسيا لا غنى عنه فهي مهمة لدول التي تتوفر عليها، وفي نفس الوقت عنصرا مساعدا للدول التي لا تملك ثروات طبيعية، حال ذلك اليابان مثلا، التي ازدهرت عن طريق التركيز على قطاعات تعتمد على اليد العاملة ورأس المال أكثر مما تعتمد على الموارد المحلية الطبيعية في الحقيقة، إن هونغ كونغ الصغيرة، التي لا تزيد مساحتها عن واحد من مليون من مساحة روسيا الغنية بالمصادر الطبيعية يزيد حجم تجارتها

<sup>1</sup> جمال حلاوة، علي صالح، (2009): مدخل إلى علم التنمية، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 172.

الدولية فعليا عن حجم تجارة تلك العملاقة، وهو ما ذهب إليه البعض بأنه لا توجد أهمية كبيرة للموارد الطبيعية بالشكل الذي قد يفيد سيرورة التنمية.

- الموارد البشرية: تعتبر الكفاءة والخبرة والمهارات عوامل مهمة جدا في سيرورة التنمية، فيما أن الإنسان هو غاية التنمية وأن تحسين نوعية الحياة التي يعيشها هو القياس الحقيقي للنجاح في تحقيقها، فإنه وبناء على هذا سيكون العنصر البشري هو من يرسم هذه العملية وذلك من خلال كفاءاته ومهاراته واعتماد الاستغلال الأمثل لوسائل الإنتاج ما يزيد من الإنتاج فيحسن المعيشة خاصة إذا ما أتيت أمام العامل الإنساني فرصة الابتكار والتجديد والتطوير، فيعطي دفعة قوية وفعالة لعملية التنمية<sup>1</sup>.

- رأس المال: ركز الاقتصاديون على أهمية التراكم الرأسمالي في تفعيل التنمية الاقتصادية وهو ما يتحقق من خلال عملية الاستثمار التي تستدعي توفر مدخرات عينية (حقيقية) كمورد لها عوض توجه هذه الموارد إلى الاستهلاك، ويعتبر رأس المال أحد العناصر الأساسية في العملية الإنتاجية (أرض - رأس المال - عمل - تنظيم وإدارة)، والذي من شأنه تعزيز الطاقات الإنتاجية وتوسيعها والحصول على التكنولوجيا والقضاء على الحلقة المفرغة للفقر.

- التكنولوجيا: يشير التقدم التكنولوجي إلى معرفة السبل الكفيلة للإنتاج مما يساعد على توسيع الطاقة الإنتاجية وزيادة مستوى كفاءة هذه الأخيرة من جهة والقضاء على القيود المتأتية من الندرة التي يواجهها الإنسان من جهة أخرى وتتضمن التكنولوجيا براءات الاختراع، والعلامات التجارية، المعرفة الغير مسجلة، أو الغير قابلة للتسجيل، المهارات... الخ.<sup>2</sup>

● في المجال السياسي: أحد الشروط السياسية هو تحقيق الاستقلال السياسي والاقتصادي، فكما نعلم أن ظاهرة الاستعمار هدفها استغلال ثروات المجتمعات المتخلفة مع إهمال جانب التنمية الاقتصادية فيها. إذ يحقق الاستقلال السياسي والاقتصادي شرطا هام وأساسيا والمتمثل في السيطرة الوطنية على الموارد المتاحة للمجتمع وبالتالي تحقيق القدرة على توجيهها واستغلالها في الشكل الملائم.

<sup>1</sup> فينود توماس، (1992): دروس مستفادة في التنمية الاقتصادية، مجلة التمويل والتنمية، صندوق النقد الدولي، ص 09.

<sup>2</sup> عمرو محي الدين، التنمية والتخطيط الاقتصادي، دار النهضة العربية، بيروت، 19+76، ص 237.

كذلك تتطلب التنمية الاقتصادية تغيرا في السلطة السياسية القائمة، يعني هذا نقل السلطة إلى تلك الفئات أو الطبقات الاجتماعية ذات المصلحة الأساسية في التنمية الاقتصادية، فحيث تسود السلطة لجني ثمارها دون إزاحة هذه الفئات والطبقات السياسية عن السلطة.

يتطلب نجاح عملية التنمية الاقتصادية إنشاء تنظيم سياسي يمثل لمصالح القوى صاحبة المصلحة الحقيقية في التنمية حيث يلعب التنظيم السياسي دور تعبئة الجماهير لعملية التنمية الاقتصادية عن طريق خلق الوعي الإنمائي وترسيخه، فالتنمية الاقتصادية بمثابة وثيقة تأمين قومية، تقتضي التضحية بالحاضر في سبيل المستقبل، ويلعب التنظيم السياسي دور خلق إدارة التغيير لدى الجماهير وإرضائهم بتقديم التضحيات المطلوبة لعمليات التنمية الاقتصادية.

**خلاصة القول** أن التنمية الاقتصادية تتطلب خلق حمية قوية وتلاحم قومي من أجل إنجاح عملية الإنماء الاقتصادي والاجتماعي، والتنظيم السياسي هو الهيئة التي يوكل إليها خلق هذه الحمية وخلق هذا التلاحم.<sup>1</sup>

● في المجال الثقافي: تتطلب التنمية الاقتصادية تغيرات جوهرية في نظام التعليم القائم، تتمثل هذه التغيرات في ثورة ثقافية تغير هذا النظام من جذوره وتجعله قادرا على مواجهة احتياجات الثورة الصناعية والتكنولوجية، بمعنى أن الثورة الثقافية تؤدي إلى ملائمة نظام التعليم مع احتياجات النمو الاقتصادي والاجتماعي السريع، تستهدف هذه الثورة الثقافية أن تخلق جو التحدي من طرف الإنسان للطبيعة بروح المغامرة والملاحظة والتجربة بدلا من روح التغيب والتجريد، وتهدف الثورة إلى خلق الطاقة الإبداعية لدى الأفراد، ذلك أن التنمية الاقتصادية لا تتطلب فقط نقل التكنولوجيا من مكان إلى مكان بل لكي تنجح عملية النقل التكنولوجي لا بد من خلق العقل الذي يبدعها، يديرها ويسيرها مع الاعتناء بها وتتطلب عملية التنمية الاقتصادية تغييرا جوهريا في مناهج التعليم السائدة إذ من شأنه خلق العقلية العلمية والنقدية المتسائلة والراغبة في فهم واقعها ومحيطها وتغييره " فالفرد المتعلم يساهم في التنمية أفضل من غير المتعلم... " <sup>2</sup>.

● في المجال الاجتماعي: التنمية الاقتصادية تتطلب تغييرا في القيم والعادات السائدة، إضافة على سلوك الأفراد ونظرتهم للنشاط الاقتصادي والعمل كقيمة اجتماعية، وهذا يقتضي تغييرا جذريا في الجو الفكري العام وادخار أفكار جديدة وقيم جديدة، فالعلاقات الاجتماعية والانتماءات القبلية والسياسية تؤثر في اختيار المديرين فإن ذلك سوف

<sup>1</sup> حسن لطيف الزبيدي، (2002): العولمة ومستقبل الدور الاقتصادي للدولة في العالم الثالث، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي، العين، ص ص 84 - 85.

<sup>2</sup> مدحت محمد العقاد، (1980): مقدمة في التنمية والتخطيط، دار النهضة العربية، بيروت، ص 113.

يؤثر على العملية التنموية، ويجب إزالة كافة النظم الاجتماعية مثل نظام الطوائف الذي يعوق عملية المرونة الرأسية أي قدرة الإنسان على الانتقال من مهنة إلى مهنة.

• في المجال التنظيمي (الإداري): تحتاج التنمية الاقتصادية على تغير جوهري في بعض التنظيمات والمؤسسات الاقتصادية السائدة أو خلق مؤسسات وتنظيمات جديدة، وتتطلب عملية التنمية الاقتصادية رفع معدل الاستثمار الذي يكون بإنشاء مؤسسات مالية ومصرفية قادرة على تعبئة المدخرات الكامنة في المجتمع والتي تمثل في نفس الوقت قنوات لتوجيه هذه الموارد الاستثمارية.

إن التنمية الاقتصادية في بلدان العالم الثالث تتطلب قيام الحكومة بدور فعال وقيادي في عملية النمو الاقتصادي، يكون ذلك بتمتع الجهاز الحكومي على درجة عالية من الكفاءة، الأمر الذي يقتضي توسيعه وإعادة تنظيم الإدارات المالية - مصلحة الضرائب مثلا - مع تغيير التشريعات المالية السائدة بما يتلاءم وحاجات التنمية.

إذن يجب إزالة كافة القيود التنظيمي التي تقف عائقا أمام الوصول إلى أقصى كفاءة ممكنة للقرارات الإدارية، وهذا لأن سوء الإدارة قد يعثر عملية الإنماء في الدول النامية وزيادة على سوء استخدام الموارد، فالإدارة ليست درجة علمية وجامعية فقط بل هي أسلوب معين في التفكير والسلوك.

بتحدثنا عن هذه المجالات أي الثقافية، السياسية، الاجتماعية، والإدارية ما هي إلا عبارة عن متطلبات للتنمية الاقتصادية، أي التغيرات التي يجب أن تحدث في المجتمعات والأمم للدخول في عملية النمو الاقتصادي السريع، أو بالأحرى استعدادات لأي مجتمع يود الرقي والدخول في التنمية الاقتصادية.<sup>1</sup>

### 2.3.1. مصادر تمويل التنمية الاقتصادية:

تقتضي التنمية الاقتصادية توفير الموارد المالية<sup>2</sup> اللازمة لتمويلها، فالتعريف الإجرائي لتمويل التنمية يعني تلك التدفقات المالية المحلية والأجنبية الموجهة لإنجاز وتحقيق برامج ومشروعات التنمية الضرورية<sup>3</sup> لهيكل الاقتصاد الوطني وتحقيق الرفاهية الاقتصادية للمجتمع، ويمكن إجمال مصادر تمويل التنمية في العالم في المصادر التالية:

<sup>1</sup> جمال حلاوة، علي صالح، (2009): المرجع سبق ذكره، ص121.

<sup>2</sup> عبد الحميد القاضي: اقتصاديات المالية العامة والنظام المالي في الإسلام، مطبعة الرشاد، الإسكندرية، بدون تاريخ نشر، ص 331.

<sup>3</sup> محمد مبارك حجر: السياسة المالية والنقدية لخطط التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة، بدون تاريخ نشر، ص 58.

## أ. مصادر التمويل الداخلية: نجد منها:

● مدخرات القطاع العائلي: إن مدخرات هذا القطاع تتحدد بمجموعة من العوامل الشخصية والموضوعية، فمن العوامل الموضوعية نجد حجم الدخل الوطني، وشكل توزيعه، فالزيادة في الدخل الوطني، وزيادة نصيب الفرد منه ينعكس ذلك في زيادة مقدرة الفرد على الادخار، كما أن التغيرات في مستويات الأجور الحقيقية والأسعار والتغيرات في السياسة الضريبية كل هذه العوامل تحدد إلى حد كبير حجم مدخرات الأفراد<sup>1</sup>، ويبقى على الدولة تحفيز الأفراد على الادخار وتوجيههم إلى الاستثمار المجدي ضمن خطط التنمية الشاملة، وعدم التوجه نحو الإنفاق الاستهلاكي على السلع الكمالية، وتميز البلدان المتخلفة بانخفاض الدخل الوطني، وبالتالي انخفاض نصيب متوسط الفرد منه، هذا بالإضافة إلى سوء توزيع الدخل الوطني بين أفراد المجتمع وهذا من شأنه يضعف المقدرة الادخارية لدى الأفراد، ومما يزيد الأمر سوء اتجاه أصحاب الدخول المرتفعة إلى تقليد الأنماط الاستهلاكية في الدول المتقدمة والتوسع في الإنفاق الترفي، كما أن انتشار هذه الأنماط الاستهلاكية لدى فئة الأغنياء ينتقل تدريجياً عن طريق المحاكاة إلى الفئات الأخرى الأقل دخلاً، وبالتالي يخصص جزء كبير من موارد العملة الصعبة لاستيراد السلع التي تشبع رغبة هذه الفئات، هذا بالإضافة إلى افتقار هذه الدول إلى أسواق ومؤسسات منظمة كل هذه العوامل تجعل هذه المجتمعات تتسم بضالة مدخرات هذا القطاع.

● مدخرات قطاع الأعمال: تتوقف مدخرات هذا القطاع على أهميته النسبية في الاقتصاد الوطني، ففي حالة الدول الرأسمالية يتعاظم دور قطاع الأعمال، ومنه تزيد مدخرات هذا القطاع، كما أن مدخرات هذا الأخير تتوقف على طبيعة السياسة المالية التي تتبعها الدولة في فرض الضرائب، فتستطيع الدولة أن تزيد من ادخار هذا القطاع بتخفيض الضرائب المفروضة عليه، كما أن إعفاء جزء أو كل الأرباح غير الموزعة والاحتياجات المختلفة التي يعاد استثمارها تساهم في رفع حجم مدخرات هذا القطاع.

● مدخرات القطاع الحكومي: تنشأ هذه المدخرات نتيجة زيادة الإيرادات عن النفقات، إما بسبب ثبات الإيرادات وضبط النفقات الجارية، وإما بزيادة الإيرادات وتثبيت النفقات أو زيادة الإيرادات وتخفيض حجم النفقات، أي إيجاد علاقة تبادلية بين زيادة الإيرادات وتخفيض النفقات وبالتالي بإمكان السياسة المالية المساهمة في توفير مدخرات هذا

<sup>1</sup> محمد مبارك حجر: المرجع سبق ذكره، ص 68.

القطاع عن طريق زيادة إيرادات الضرائب والرسوم، غير أن الملاحظ أن مدخرات هذا القطاع ضئيلة نظرا لتزايد حجم النفقات العامة.

● الادخار الجماعي: يقصد بالادخار الجماعي ذلك الادخار الذي يقتطع من دخول بعض الجماعات في المجتمع بطريقة إجبارية نتيجة لتشريعات معينة يفرضها القانون، وذلك يعني أن الفرد ليس له أي سلطان على هذا النوع من الادخار حيث لا يمكن له سحبه أو استرداده في أي وقت يشاء كما هو الحال بالنسبة للمدخرات الاختيارية، ومثلها أرصدة صناديق التأمينات الاجتماعية بأنواعها المختلفة وهي خاصة بالعاملين في الجهاز الإداري للدولة والهيئات العامة بالوحدات الاقتصادية التابعة لها، حيث تقوم هذه الأموال المتجمعة إلى الهيئات المختلفة التي تحتاج إليها صورة الاستثمارات تمثلها أحيانا أوراق مالية مختلفة، وتختلف هذه الادخارات عن باقي الادخارات الإجبارية في أن الأفراد المساهمين في تكوينها سيحصلون على مزايا مباشرة مثل الخدمات الصحية والتعويضات والمعاشات، وهو ما جعلها تحظى بقبول الأفراد المرتبطين بها لما تسهم في استقرار العلاقات الاجتماعية عن طريق تأمين حياة الأفراد ومستقبلهم.

● التمويل التضخمي: ويقصد به إصدار نقود جديدة توجه نحو الإنفاق على مشروعات التنمية دون أن يكون لهذه القوة الشرائية الجديدة مقابل موجود في الاقتصاد من سلع وخدمات<sup>1</sup>. ويرى البعض أن إصدار نقود جديدة وسيلة لتمويل التنمية الاقتصادية تسمح بمعالجة ضعف النظام الضريبي وهؤلاء يقدمون مبررات للالتجاء إلى التضخم منها:

- إنه يعتبر حافز على الاستثمار، وذلك أن ارتفاع الأسعار يؤدي إلى زيادة أرباح المنظمين، ومنه التوسع في الاستثمار وظهور فرص جديدة للاستثمار؛

- يؤدي إلى توزيع الدخل في صالح أصحاب الدخل المرتفعة وزيادة مدخراتهم لارتفاع ميلهم الجدي للادخار.

إلا أن هذه المبررات ضعيفة بل قد يكون التمويل التضخمي خطرا، بحيث لا يكون حافزا للاستثمار لأن ما يعوق الاستثمار هو عدم وجود طلب كافي كما أنه ليس صحيحا أن إعادة التوزيع لصالح الدخل المرتفعة يترتب عليه زيادة الادخار فالزيادة في الدخل المرتفعة تؤدي إلى زيادة استهلاك السلع، الكمالية التي تستورد معظمها مما يؤدي إلى الإخلال بميزان المدفوعات بالإضافة إلى أنه يضر ضررا بالغا بأصحاب الدخل الثابتة والمحدودة وبالتالي يتنافى مع هدف العدالة الاجتماعية ويؤدي إلى سوء توزيع وتوجيه الموارد الوطنية إذ يشجع على المضاربة في الأصول الحقيقية كالعقارات وتخزين

<sup>1</sup> كامل بكري، (1986): مبادئ الاقتصاد، الدار الجامعية، بيروت، ص 445.

السلع، وفي أسواق سعر الصرف، وبالتالي تتحول الموارد بعيدا عن مجالات الاستثمار<sup>1</sup> اللازمة للتنمية، كما أن استخدام سياسة التمويل التضخمي بقدر مقبول لتشجيع التنمية كفيل بتشجيع المنظمين، ويحول دون الخسائر التي قد تتعرض لها بعض المشروعات، ولا يخشى في نظرهم تحول التضخم المعتدل إلى تضخم طليق، طالما كان في وسع السلطات الحكومية الإشراف على زيادة عرض النقود والسيطرة على الموارد قبل أن تتجاوز الأسعار نقطة الخطر، والجدير بالذكر أن خطورة القوى التضخمية تتوقف على عاملين<sup>2</sup>:

- الأول: درجة مرونة عرض سلع الاستهلاك، ومن خصائص العرض في الدول المتخلفة أنه ضعيف المرونة بصفة عامة؛

- الثاني: مدى قوة النقابات العمالية وغيرها من الكيانات الاجتماعية التي قد تحوز قدرا من النفوذ السياسي يمكنها من رفع الأجور والدخول، ونخلص في الأخير أن سياسة التمويل التضخمي يكون أثرها محدودا للغاية في التوسع في الاستثمار وخلق فرص جديدة والنتيجة النهائية هي ارتفاع مستوى الأسعار.

**ب. التمويل المصرفي:** يقصد به ذلك التمويل الذي يتم عن طريق الجهاز المصرفي المحلي، الذي يعتبر المصدر الأساسي في تمويل التنمية الاقتصادية الوطنية، إن البلدان النامية ومن بينها الجزائر محدودة بالتمويل المصرفي، لهذا سمي الاقتصادي الجزائري باقتصاد الدين، فالبلدان النامية تشكو في معظمها من عدم كفاءة أنظمتها المالية، واعتمادها بشكل أساسي على المصارف في التمويل، وتعتبر المصارف أهم المنشآت المالية في تزويد قطاع الأعمال بالاحتياجات التمويلية المتنوعة نظرا لعدم كفاية مواردها الذاتية ويتم مقابلة هذه الاحتياجات التمويلية عن طريق سوقين (سوق المال وسوق النقد).

فلاحتياجات التمويلية الطويلة والمتوسطة الأجل تحصل عليها المؤسسات والشركات والأفراد عن طريق سوق المال في صورة إصدار سندات<sup>3</sup>، وأذونات وعقود وقروض بينما الاحتياجات التمويلية القصيرة الأجل من قروض وتسهيلات تتم عن طريق سوق النقد حيث تقوم المصارف التجارية بأشكالها المختلفة بهذه المهمة (تقديم قروض وتسهيلات قصيرة الأجل)، لكن هذا لا يعني أن تستثنى المصارف التجارية من عملية تقديم قروض متوسطة الأجل، والجدير بالذكر أيضا أن القروض

<sup>1</sup> حمية زهران، (1982): التنمية الاقتصادية، مكتبة عين شمس، القاهرة، ص 312.

<sup>2</sup> مدحت القرشي، (2007): المرجع سبق ذكره، ص 194.

<sup>3</sup> طارق الحاج، (1999): المالية العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص 207.

الداخلية على عكس القروض الخارجية لا تترتب عنها أعباء حقيقية على المواد الوطنية، فخدمة الدين<sup>1</sup> لا تتطلب سوى تحويل الدخول من بعض الأفراد إلى البعض الآخر في المجتمع.

**ج. التمويل عن طريق السوق المالية:** داخل أي اقتصاد نميز وجود سوق الأوراق المالية والتي تنقسم إلى سوقين: سوق نقدية تخصص المعاملات المالية قصيرة الأجل وسوق راس المال تخصص المعاملات المالية طويلة الأجل، ويعتبر وجود هاتين السوقين ودرجة نموها وتطورهما انعكاس لدرجة نمو وتطور النظام والوعي الاستثمارين، حيث تظهر أهمية السوقين من خلال وظائفهما الاقتصادية التي لها ارتباط كبيرة بكفاءة وأداء الاقتصاد ككل، فالسوقين تعاملان على خلق نوع من التقارب بين مختلف القطاعات التي تقوم بالاستثمار الحقيقي وتكوين رأس المال والقطاعات التي تخلق الادخار وفي إطار التمويل النقدي للاقتصاد من خلال السوق النقدية، ينبغي إضافة السوق المالية، فهذه الأخيرة تعتبر وسيلة أخرى لتمويل الاقتصاد من دون تقليص أهمية التمويل المصرفي الذي يجب أن يبقى فعالاً، فهي تسمح بتعزيز منظومة التمويل بالسماح للأعوان الذين هم في حاجة إلى التمويل بطلب القروض المباشرة من الأعوان الذي لهم القدرة على التمويل وبهذا تكوين الأسواق المالية إلى جانب المؤسسات المالية في قلب دائرة التمويل الاقتصادي والظواهر النقدية ومنه في قلب التقدم الاقتصادي.

فالسوق المالية تلعب دوراً مهماً في تمويل التنمية الاقتصادية، إذ تشكل إحدى الآليات الهامة لتجميع وتوجيه الموارد المالية وتوظيفها في المشروعات الاستثمارية، وذلك من خلال دور الوساطة الذي تلعبه، فهي تخلق جواً ومكاناً وحيزاً يجمع المدخرين والمستثمرين، وذلك بإتاحة فرص لأصحاب الفوائض المالية لاستثمار مدخراتهم من جهة، وتوفير الأموال الضرورية لأصحاب العجز المالي من أجل التوسع والنمو من جهة أخرى، لذا فهي تعتبر حلقة لتمويل الاقتصاد الوطني وذلك من خلال الأدوار التالية:

- أولاً: دورها في زيادة الادخار تعمل السوق المالية على تشجيع الوحدات ذات الفائض لتقليل الإنفاق الاستهلاكي لصالح الادخار، فالدور الأول لهذه السوق يتمثل في تحويل جزء من الادخار بهدف المساهمة في تمويل الاقتصاد الوطني، وذلك عن طريق جمع رؤوس الأموال من الأعوان الاقتصاديين الذين يتمتعون بفوائض مالية، ومن خلال هذا الدور تقوم السوق المالية بتقديم الموارد المالية الضرورية على المدى الطويل لمؤسسات الدولة والإدارات لعمومية وذلك من أجل تجسيد مشاريع الاستثمارات، ومما تقدم نستطيع القول بأن الرجوع إلى السوق المالية يعد من

<sup>1</sup> رياض الشيخ، (1989): المالية العامة، مطابع النجوى، القاهرة، ص188.

الشروط الضرورية من أجل تمويل متوازن للتنمية، فمشاركتها إذن تظهر جد هامة في النظام المالي. وذلك لما تحققه من:

- دعم متزايد ومستمر؛

- رأس مال طويل الأجل، الذي يعتبر ذو أهمية بالغة خاصة بالنسبة للبلدان التي يكون فيها التمويل الذاتي ضعيفا؛

- حلقة مباشرة بين المدخرين الراغبين في توظيف أموالهم والمستثمرين الذين هم بحاجة إلى هذه الأموال؛ بالإضافة إلى مشاركة السوق المالية في تعبئة الادخار فإنها تحاول تنظيمه عبر قنوات محكمة قصد تجديده واستعماله في تمويل مختلف أنشطة الاقتصاد الوطني.

● ثانيا: دورها في خلق السيولة حيث تلعب السوق المالية دورا كبيرا في خلق السيولة الكافية للمستثمرين عند رغبتهم في تسهيل الاستثمارات في الأوراق المالية، من خلال إمكانية تحويل الاستثمارات الطويلة الأجل إلى أصول سائلة بسهولة ويسر وبسعر مناسب إذا ما رغبوا في استرداد مدخراتهم، أو أرادوا تغيير محافظ أوراقهم المالية، كما أن السيولة التي توفرها هذه الأسواق تجعل الاستثمارات أقل مخاطرة وأكثر ربحية، مما يؤدي إلى زيادة الاستثمارات وبالتبعية زيادة معدلات النمو الاقتصادي.

● ثالثا: دورها في تمويل عملية التنمية الاقتصادية، من خلال توفير التمويل اللازم لعملية التنمية الاقتصادية فالمشروعات في بداية تأسيسها بحاجة إلى عمليات تمويل، لذلك تتجه هذه المشروعات إلى سوق الأوراق المالية والتي تعد بطبيعتها المصدر الرئيسي لتمويل الاستثمارات المتوسطة والطويلة الأجل من خلال إصدار أسهم أو سندات أو أدوات استثمارية أخرى واقتنائها من جانب الأفراد والمؤسسات إذ أن التمويل عن طريق السوق المالية هو أقل كلفة ولا ينتج آثارا تضخمية مقارنة بالتمويل الذي تقوم به المصارف والمؤسسات المالية الأخرى، والتي تؤدي إلى زيادة في معدلات التضخم.

د. مصادر التمويل الخارجية: في حالة عجز المدخرات المحلية عن توفير رأس مال كاف لتمويل الاستثمارات المطلوبة لضمان تحقيق معدل مناسب للتنمية كما أن الاندفاع في تيار التمويل التضخمي لا بد وأن ينجم عنه في النهاية متاعب وصعوبات قد تفوق عملية التنمية ذاتها، ولهذا أو ذاك يبدو أن استيراد رأس المال الأجنبي هو الطريق الوحيد للخروج من هذا المأزق وتسهيل إنجاز عملية التنمية الاقتصادية، ويعتبر رأس المال المستورد خصوصا نافعا لتمويل جزء من برنامج التنمية الذي

يحتاج إلى النقد الأجنبي مثل مدفوعات عن إيرادات المعدات والآلات وخاصة عندما تكون حصيلة الصادرات غير كافية لهذا، ومنه فراس المال الأجنبي إنما يلعب دورا مساعدا قد تكون له أهميته بحيث يسهل الموقف بصفة خاصة خلال مرحلة الانطلاق وكذلك خلال المرحلة المبكرة من النمو التلقائي الذي يدفع نفسه بنفسه أين تكون الحاجة ماسة إلى الآلات والمعدات والمواد الخام وبعض السلع الاستهلاكية، في حين أن المشروعات لا تكون قد أصبحت قادرة على إنتاج ما يكفي من أجل التصدير وفي مثل هذه الفترة الانتقالية تكون المعونة من رأس المال الأجنبي ذات أهمية عظيمة لهذا تعتبر الكيفية التي يمكن بها الحصول على رأس المال من الدول الأجنبية لتمويل التنمية الاقتصادية مسألة ذات أهمية جوهرية، حيث أن رؤوس الأموال الأجنبية التي تستفيد منها دولة ما لتمويل تنميتها الاقتصادية يمكن أن تأتي من حكومة أجنبية أو منظمات دولية مكونة خصيصا لهذا الغرض، رغم أهمية رأس المال الأجنبي وخاصة للبلاد المتخلفة غير أنه هناك اتفاق عام على أن التنمية المستقرة القوية لا يمكن أن تعتمد أساسا على تدفق رأس المال الأجنبي، فالتنمية يجب أن تقوم على موارد متولدة بواسطة الاقتصاد الوطني ذاته، ورأس المال الأجنبي يجب ألا يكون سوى مكمل فقط للموارد المحلية وليس بديلا عنها، لأن التمويل الأجنبي لا يمكن أن يستمر إلا ما لا نهاية فقد يطرأ من الظروف ما يؤدي إلى نقصانه أو توقفه أحيانا كنشوب حرب مثلا ولهذا يجب على الادخار الوطني في هذه الحالة أن تكون لديه القدرة على أن يحل محل التمويل الخارجي.<sup>1</sup>

### 3.3.1. نظريات التنمية الاقتصادية:

توسعت اهتمامات الفكر التنموي الحديث إلى الإمام بالجوانب الإنسانية والاجتماعية على عكس ما كان يسعى إليه الفكر القديم وقد عزز هذا الاهتمام بظهور مجموعة واسعة من الدول المستقلة التي تسعى إلى تحسين مستوى معيشة شعوبها المحرومة، اختلف الباحثون في تصنيف نظريات الفكر التنموي فهناك من قسمها على أساس المنظور الذي انطلقت وحللت به ظاهرة التخلف وسبل تحقيق التنمية وهنا نجد المنظور الاقتصادي، المنظور الاجتماعي، المنظور النفسي وهناك من قسمها على أساس الفترة الزمنية التي جاءت فيها النظرية إلى نظريات كلاسيكية، نيوكلاسيكية وحديثة وهناك من قسمها على أساس المدرسة التي ينتمي إليها المنظر إلى نظريات غربية سميت بنظريات التحديث، ونظريات المنظرين الغير غربيين، لكن بالرغم من هذا التقسيم إلا أنها كانت تشترك في دراسة موضوع التنمية في الدول المتخلفة بوجه خاص ويمكن توضيح أفكار هذا الفكر من خلال التركيز على أهم النماذج المشكلة له.

<sup>1</sup> خدادمية أمال، (2011، 2012): التنمية الاقتصادية في الجزائر بين التغيرات المحلية والدولية، مذكر ماجستير غير منشوره، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، ص ص 51-54.

أ. نظرية مراحل النمو الاقتصادي - لوستو -: في هذه النظرية استخدم روستو " المنهج التاريخي " ورأى أن الدولة تتطور من مرحلة إلى أخرى<sup>1</sup> وتمر بخمسة مراحل تاريخية خلال نموها الاقتصادي، وبالتالي فإن تقدم الدول النامية لا تعد ولكونها مسألة وقت فقط ويمكن عرض مراحل التطور ومميزاته في الجدول الموالي:

الجدول رقم 2-1: مراحل ومميزات المجتمع

مميزاتها	المراحل	
<p>من أهم مميزات هذه المرحلة:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- مجتمع تقليدي يعيقه استخدام التكنولوجيا؛</li> <li>- اقتصاد زراعي يعاني من التخلف الفني والإنتاجي؛</li> <li>- دخل الفرد لا ينمو فيه بسبب وسائل الإنتاج؛</li> <li>- الدخل يصرف في مجمله في وسائل استهلاكية غير إنتاجية؛</li> <li>- السلطة في يد ملاك الأراضي بدعم من الجيش؛</li> <li>- ضعف مردود المهكتار الواحد بسبب ضعف التحكم، في التكنولوجيا.</li> </ul>	<p>مرحلة المجتمع التقليدي (Société traditionnelle)</p>	01
<p>تتميز هذه المرحلة بـ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- يبدأ المجتمع بوضع القوانين العلمية المنظمة للظواهر ويبدأ في تطبيقها لزيادة الإنتاج؛</li> <li>- ارتفاع الاستيراد الذي يمول من صادرات المواد الأولية؛</li> <li>- تطور المجتمع الذي يقبل إدخال التكنولوجيا الجديدة؛</li> <li>- ظهور بعض القيادات التي تمتلك روح الابتكار؛</li> <li>- تطور النقل إذ يزداد فيه الاستثمار ويتغلغل التقدم من الخارج عن طريق نقل التكنولوجيا؛</li> <li>- ظهور البنوك وبعض المؤسسات الخاصة بالادخار؛</li> <li>- بناء رأسمال إجماعي.</li> </ul>	<p>مرحلة ما قبل الانطلاق phase des conditions au décollage préalables</p>	02

<sup>1</sup> مدحت القرشي، (2007): المرجع سبق ذكره، ص ص 111 - 112.

03	مرحلة الانطلاق (Décollage ou take off)	<p>وتتميز هذه المرحلة بـ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- قصرها عن بقية المراحل؛</li> <li>- يرتفع في هذه المرحلة الإنتاج الحقيقي للفرد؛</li> <li>- تغيرات كبيرات في التقنيات المستخدمة - مرحلة الثورة الصناعية -؛</li> <li>- تحديث النشاط الاقتصادي بسبب صعود قيادات في المجتمع (اجتماعية، سياسية، اقتصادية)؛</li> <li>- انتصار الطبقة المثقفة الجديدة على الطبقة التقليدية المحافظة؛</li> <li>- انتقال معدل الاستثمار من 05 % إلى 10 % من الدخل القومي.</li> </ul>
04	مرحلة النضج الاقتصادي Passage à la maturité	<p>وتتميز هذه المرحلة بـ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- تعتبر الأطوال نسبيا؛</li> <li>- ارتفاع نسبة الاستثمارات من 10 % إلى 20 % من الدخل القومي؛</li> <li>- كمية الإنتاج تفوق الزيادة السكانية؛</li> <li>- السمة البارزة هي التحسن في فنون الإنتاج؛</li> <li>- تبدأ الدولة في الاكتفاء الذاتي وتصدير الفائض من منتوجاتها؛</li> <li>- ترتفع الأجور مما تؤدي إلى ارتفاع نسبة الاستهلاك؛</li> <li>- القيادة الإدارية تنتقل إلى أيدي كبار المدراء والمنظمين الأكفاء.</li> </ul>
05	مرحلة الاستهلاك الوفير (الواسع) La consommation de masse	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تتميز بارتفاع الدخل الحقيقي للفرد إلى درجة التمتع بوفرة الاستهلاك من السلع المعمرة؛</li> <li>- زيادة الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية؛</li> <li>- لا يصبح التقدم التقني هدفا لأنه أصبح أمرا سهلا.</li> </ul>

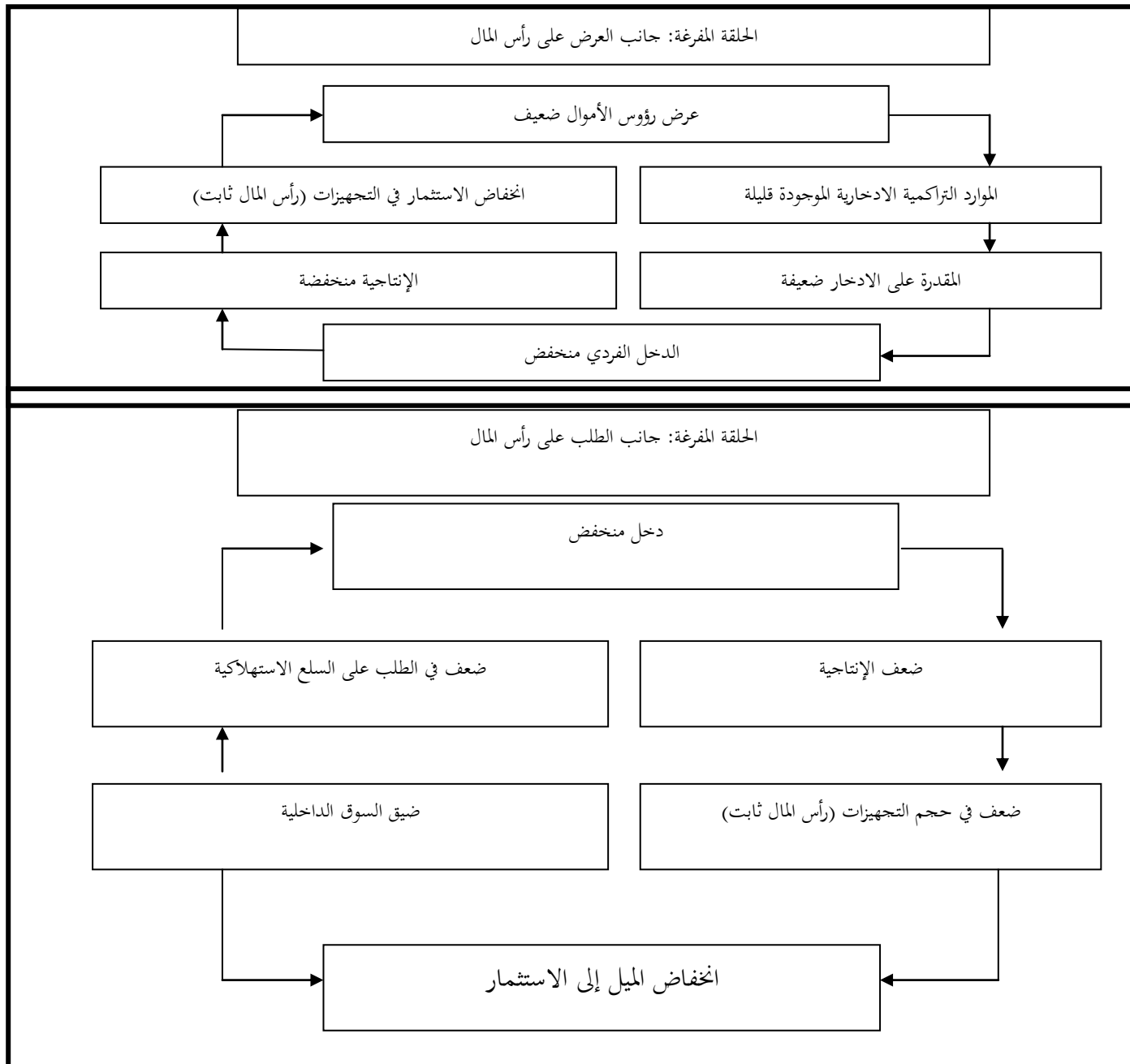
المصدر: خدامية أمال، (2011-2012): التنمية الاقتصادية في الجزائر بين التغيرات المحلية والدولية، مذكر ماجستير غير منشوره، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، ص ص 12-13.

ب. نظرية الحلقة المفرغة لـ: دراغنا نيركس: حاول نيركس من خلال نظريته تفسير عوامل التخلف أرجعها إلى عنصر الفقر وما نتج عنه من قلة الميل إلى الادخار وضآلة الاستثمارات المتاحة، حيث يرى نيركس في نظريته أنه " إلى جانب العرض توجد قدرة ضئيلة على الادخار ناشئة عن مستوى منخفض للدخل الفعلي المنخفض الذي يعكس إنتاجية عمل

منخفضة التي تحدد بفعل النقص الملحوظ لرأس المال، ونقص رأس المال نتيجة للقدرة الضئيلة على الادخار وهكذا فإن الحلقة أغلقت على نفسها أي أنها تدور حول نفسها".

الشيء الذي يؤدي إلى بقاء الدول النامية في حالة تخلف مستمر ويرى نيركس أنه توجد حلقتين، حلقة من ناحية العرض وحلقة من ناحية الطلب فمن جهة العرض فإن انخفاض الإنتاجية ينعكس في تدني الدخل الحقيقي وإن ذلك ينعكس في تدني الادخار وهذا يقود إلى تدني رأس المال وإن ندرة رأس المال تقود بدورها على مستوى متدني من الإنتاجية وتعود مرة أخرى إلى تدني الدخل أما من جانب الطلب فإن المستوى المتدني من للدخل الحقيقي يؤدي إلى مستوى متدني من الطلب مما يقود بدوره إلى معدل متدني من الاستثمار ومن ثم ندرة رأس المال وتدني الإنتاجية ومن تدني الدخل وهكذا فإن الحلقة المفرغة تتكامل من جانب العرض والطلب. وتتضح هذه الفكرة من خلال الشكل البياني الموالي:

الشكل رقم 2-1: أهم الحلقات المفرغة: بين جانبي العرض والطلب



المصدر: جمال الدين لعويصات، (2001): العلاقات الاقتصادية الدولية والتنمية، مطبعة دار هومة، ص 20.

ج. نظرية الدفع القوية: يعتبر روز انشتاين رودان من أبرز أصحاب هذه النظرية حيث يؤكد على القيود المفروضة على التنمية<sup>1</sup> في البلدان المتخلفة وفي مقدمة هذه القيود ضيق حجم السوق، ولهذا فإن التقدم خطوة خطوة في نظره لن يكون فاعل في توسيع السوق وكسر الحواجز والقيود وكسر الحلقة المفرغة للفقر التي تعيشها البلدان المتخلفة بل يتطلب الأمر حدا أدنى من الجهد الإنمائي ليتسنى للاقتصاد الانطلاق من مرحلة الركود إلى مرحلة النمو الذاتي، وهذا يعني حدا أدنى من الاستثمار والتي يسميها (Rodan) بالدفع القوية، حيث يعد التصنيع ضرورة لا بد منها لكافة البلدان النامية فهو السبيل الوحيد لرفع مستوى الدخل في هذه الدول، ومن أهم الأسباب التي تدعو إلى التصنيع في نظره وجود نسبة من العمال المزارعين العاطلين عن العمل كليا أو جزئيا، (البطالة المقنعة) ويوضح رودان أن هناك أسلوبين<sup>2</sup> أساسيين للتصنيع هما:

- الأسلوب الأول: أن يعتمد التصنيع على الموارد والقدرات المحلية كلية دون الاستعانة بالاستثمار الدولي ذلك لهدف الاكتفاء الذاتي ويتضمن هذا الأسلوب بناء جميع مراحل الصناعات داخليا بشكل متكامل، أي بناء الصناعات الثقيلة وصناعة الآلات وكذلك الصناعات الخفيفة.

- عيوب الأسلوب الأول: يبدو أن هذا الأسلوب صعبا على الدول التي تفتقر إلى الكثير من المواد الخام للصناعة، ولا يصلح إلا للبلدان ذات الثروات الطبيعية المتعددة والكافية لإقامة صناعة بها، كما يتطلب هذا الأسلوب قدرة هائلة من التمويل، وهذا يستلزم ضغطا على الاستهلاك وإتباع سياسة التقشف مع افتراض توفر المواد الخام محليا.

- الأسلوب الثاني: يقوم هذا الأسلوب على مساهمة رأس المال الأجنبي بمقادير ضخمة في مشاريع التنمية الصناعية سواء عن طريق الاقتراض أو الاستثمار المباشر.

- عيوب الأسلوب الثاني: من عيوب الاستثمار المباشر أن تنتج عنه تبعية سواء كلية أو جزئية للاقتصاد الأجنبي وهذا ما حاول رودان معالجته باقتراح ضرورة تدخل الدولة لحماية الاقتصاد الوطني، وإعداد القوة العاملة وتهيئة المهارات اللازمة للصناعة الحديثة، فالدولة في نظره قادرة على تحمل نفقات تدريب اليد العاملة، كما تعرض لإحدى العقبات الهامة التي تقف حائلا أمام نجاح الصناعة في البلاد النامية وهي ضيق السوق<sup>3</sup>، ويمكن في نظره علاج هذه المشكلة بإنشاء عدد

<sup>1</sup> مدحت القرشي، (2007): المرجع سبق ذكره، ص 88.

<sup>2</sup> الحوات علي، (1984): مبادئ التنمية والتخطيط الاجتماعي، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، ليبيا، ص ص 74-77.

<sup>3</sup> رمزي علي إبراهيم سلامة، (1991): اقتصاديات التنمية، منشأة المعارف، الإسكندرية، ص 259.

كبير من الصناعات في آن واحد لأن كل مصنع سوف يخلق قوة شرائية جديدة متمثلة في الدخل التي يحصل عليها العاملون ومجموع هذه الدخول سوف يكون سوقا متسعة لكافة هذه المصانع، فهو يرى أن كل مصنع عبارة عن سوق تخلق طلبا جديدا على إنتاج المصانع الأخرى فيجد بذلك كل مصنع أن السوق قد اتسع أمامه.

ولقد سلم رودان في نظريته بأن انخفاض القدرة الادخارية يقف عقبة في سبيل تنمية مصدر التمويل المحلي ومن ناحية أخرى، يرى أن القيام بتنفيذ برنامج صناعي والاهتمام بتحسين الإنتاجية في النشاط الزراعي سوف يؤدي إلى نمو الدخل وهذا ما يسمح بارتفاع معدلات الادخار مما يساهم بدوره في حل مشكلة التمويل الذاتي بشكل ملحوظ.

د. نظرية النمو المتوازن (استراتيجية النمو المتوازن): صاغ نيركس جوهر فكرة الدفعة القوية التي قدمه روزنشتاين رودان في صيغة حديثة متكاملة، وهذا الكسر للحلقة المفرغة أخذ تسمية استراتيجية أو نظرية النمو المتوازن، حيث يرى أن كسر<sup>1</sup> هذه الحلقة المفرغة لا يتحقق بتوسيع حجم السوق والذي لا يتحقق إلا بإنشاء جبهة عريضة من الصناعات الاستهلاكية، وبالتالي يتحقق التوازن بينهما من جهة، والتوازن بين القطاع الزراعي والصناعي من جهة أخرى حتى لا يمثل مختلف القطاع الزراعي عقبة أمام نمو القطاع الصناعي ويهدف من هذه الاستراتيجية التركيز على السلع الاستهلاكية اللازمة لإشباع حاجات السوق المحلية وليس لغرض التصدير، على الأقل في المراحل الأولى وهذا لعدم قدرة السلع المنتجة على منافسة نظائرها من منتجات الصناعات المتقدمة في وجه صادرات البلاد المتخلفة.

ويشترط نيركس لنجاح هذه الاستراتيجية ضرورة تزامن جميع الصناعات والمشروعات على اعتبار أن الاستثمارات في كل صناعة أو مشروع تخلق سوقا لغيرها من الصناعات أو المشروعات مما توزعه من دخول الأمر الذي يترتب عليه توسيع حجم السوق وبالتالي خلق حوافز للاستثمار كما أنه يرى أن آلية النمو التي كانت سائدة في القرن 19 والمعتمدة على التجارة الخارجية لم تعد صالحة لتحقيق التنمية وهذا حسب تفكيره لأن الإطار الراهن للعلاقات الاقتصادية الدولية يشكل حسيه عقبة أساسية في سبيل التنمية الاقتصادية وهذا التراخي في الطلب على صادرات الدول النامية من المنتجات الأولية واتجاه معدل التبادل الدولي في غير صالحها، والعقبات المفروضة في سبيل تصدير الدول النامية من خيار سوى التنمية عن

<sup>1</sup> رمزي علي إبراهيم سلامة، (1991): المرجع سبق ذكره، ص 259.

طريق الجبهة الداخلية والاعتماد على الموارد الأولية المحلية لعدم ثقته في الاعتماد على الشركات المتعددة الجنسيات والتجارة الخارجية، ولهذا فإن التوفير الموارد المحلية ينبغي أن يأتي من موارد القطاع الزراعي والاقتراض الخارجي.<sup>1</sup>

هـ. نظرية (استراتيجية) النمو الغير متوازن: ارتبطت استراتيجية النمو غير المتوازن بالاقتصادي "هيرشمان" وكذلك "فرانسوا بيرو" اتفق هيرشمان مع أصحاب استراتيجية النمو المتوازن في عدة نقاط هي:

- إن المقدرة على الادخار والاستثمار الفردي منخفضة في الدول النامية بسبب ضعف المتاح من رأس المال الإنتاجي، كما أيد هيرشمان ضرورة الدفعة القوية في التنمية معارضا إعطاء الأولوية للتنمية الريفية بهدف التوفير في حجم الإنفاق الاستثماري ومحبذا أن يبدأ التصنيع في المدن الكبرى لأن الاستثمار في صناعة في فترة ما يجذب وراءه الاستثمار في فترة تالية بسبب طبيعة التكامل بين الاستثمارات.
- دعى إلى استراتيجية النمو الغير متوازن لكونها واقعية وتتوافق مع الموارد المتاحة وفعاليتها في التغلب على العجز في اتخاذ قرار الاستثمار الذي تفتقر إليه البلاد. ويتخذ أنصار هذه الاستراتيجية سندا لهم في التاريخ الاقتصادي، حيث نجد هيرشمان يقول: "إن التاريخ الاقتصادي لا يعرف أمثليه للنمو المتوازن وإنما اتخذ النمو الاقتصادي، شكل تقدم ونمو بعض القطاعات وقيادتها لعملية النمو، وأدى نماء هذه القطاعات العائدة إلى حض القطاعات الأخرى على النماء"، ومن هنا تأتي "فكرة القطاع القائد" لعملية التنمية الاقتصادية؛
- المشروعات الاستثمارية تخلق وفرات خارجية والتي تخلق الظروف لمشروعات استثمارية جديدة تأتي لتستفيد من هذه الوفرات وهذه المشروعات الثانية تستحوذ على الوفرات الخارجية التي خلقتها المشروعات السابقة، ولكنها تدفع الاستثمار في مشروعات أخرى توفر لها وفرات خارجية، لكن المشكلة التي تثار عند الأخذ بهذه الاستراتيجية هي كيفية تحديد الصناعات أو القطاعات التي تعطى لها الأولوية، ويوضح هيرشمان معالجة هذه المشكلة على مستويين:

- المستوى الأول: في المفاضلة بين أولوية الاستثمار في قطاع رأس المال الاجتماعي والاستثمار الإنتاجي المباشر.

<sup>1</sup> الحوات علي، (1984): المرجع سبق ذكره، ص ص 77-78.

- المستوى الثاني: في المفاضلة بين أولوية الاستثمار في صناعات أو مشروعات قطاع الإنتاج المباشر، بين أولوية الاستثمار في قطاع رأس المال الاجتماعي (الطرق، جسور، مطارات، سدود، محطات كهربائية، سكك حديدية، موانئ، مطارات، ...) والاستثمار في قطاع الإنتاج المباشر يفضل الأول على الثاني.<sup>1</sup>

في المفاضلة بين أوجه الاستثمار في صناعات أو مشروعات الإنتاج المباشر يركز هيرشمان على ضرورة الاستثمار في النشاط الإنتاجي - مشروع أو صناعة - الذي يتولد عنه أكبر قدر ممكن من الترابطات والتشابكات الأمامية والخلفية.<sup>2</sup>

و. نظرية التحولات الهيكلية: ظهرت في عقد السبعينات من القرن العشرين مساهمات جديدة ودراسات تطبيقية شكلت النواة الرئيسية لنظرية الهيكلية في التنمية حيث تركزت هذه النظرية على الآلية التي تستطيع بواسطتها الاقتصاديات المتخلفة تحويل هياكلها الاقتصادية الداخلية من هياكل تعتمد بشكل كبير على الزراعة التقليدية عند مستوى الكفاف إلى الاقتصاد أكثر حداثة وتميز في ظل هذه النظرية بين نموذجين.

ز. نموذج آرثر لويس (حالة التنمية في ظل عرض غير محدود من العمالة): استهل لويس نظريته بالإشارة إلى عرض العمل في البلاد النامية وقام بتقسيم هذه الدول إلى قطاع صناعي هو مصدر الحركة والتغيير والمحدد لمعدل النمو في الاقتصاد بناء على استثمار الأرباح التي تتحقق فيه (أي القطاع الصناعي) أما القطاع التقليدي والمقصود به القطاع الزراعي، فهو يتميز بشيوع الفن الإنتاجي الزراعي المتخلف وانخفاض مستوى نصيب الفرد من الإنتاج ووجود حجم هائل من البطالة المقنعة، وهذا يوفر كما يرى لويس العرض الغير محدود من العمل، وفي ظل هذه الظروف فإن عملية التنمية الاقتصادية يمكن أن تجري باستثمار رؤوس الأموال في القطاع الصناعي، مع الاستعانة بالعمل المتوفر في القطاع التقليدي الزراعي ولكن حتى ينتقل العمال بين القطاع التقليدي إلى الصناعي لا بد أن يكون هناك حافزا، وهو يتمثل في رأي لويس في زيادة الأجور فوق المستوى المنخفض الذي يحصلون عليه في القطاع الزراعي بالإضافة إلى شرطين آخرين هما:

- ألا يصبح النمو في القطاع الصناعي من الضخامة لدرجة تفوق نمو السكان؛

<sup>1</sup> رمزي علي إبراهيم سلامة، (1991): المرجع سبق ذكره، ص 266.

<sup>2</sup> التشابكات الأمامية: يقصد بها ما ينجم عن استثمار معين من التشجيع على استثمارات أخرى في مراحل لاحقة للإنتاج أي ما ينجم عن قيام صناعة مثلا من تشجيع استثمار آخر في صناعات أخرى كمواد أولية لها على سبيل المثال ما ينجم عن قيام صناعة الحديد والصلب من تشجيع على قيام صناعات أخرى يستعمل الحديد والصلب كمادة أولية.

والتشابكات الخلفية: يقصد بها ما ينجم عن الاستثمار من التشجيع على الاستثمار في المراحل السابقة للإنتاج، أي ما ينجم عن قيام صناعة ما من التشجيع على الاستثمار في الصناعات التي تزود هذه الصناعات بموادها الأولية.

- ألا ترتفع نفقات التدريب للوفاء باحتياجات الصناعة من اليد العاملة الماهرة خلال عملية التنمية؛ وهكذا تبين نظرية لويس أن القطاع الصناعي هو الرائد لعملية التنمية وأن الأرباح المتراكمة في هذا المجال هي الأساس في ذلك فهي المصدر الأساسي للتراكم الاقتصادي.<sup>1</sup>
- س. نظرية هوليش تشنري: وهي من النظريات المعروفة على نطاق واسع في دراسة نماذج التنمية في عدد من دول العالم الثالث بعد الحرب العالمية الثانية، والفرضية التي يقوم عليها النموذج الهيكلي هي أن التنمية عملية مميزة للنمو، تكون الملامح الأساسية للتغيير فيها متشابهة في كل الدول، ويحاول النموذج التعرف على الاختلافات التي من الممكن أن تنشأ بين الدول فيما يتعلق بخطوات ونموذج التنمية بالاعتماد على مجموعة الظروف الخاصة بها، وهناك مجموعة من العوامل المؤثرة في عملية التنمية والتي تشمل على: السياسة الحكومية، حجم الدولة، المصادر الطبيعية، أهداف الدولة، التكنولوجيا، رأس المال الخارجي، التجارة الدولية.
- إن الدراسات التجريبية لعملية التغيير الهيكلي تؤدي إلى أن خطوات التنمية ونموذجها من الممكن أن تتغير وفقا لكل من العوامل المحلية والعوامل الدولية، حيث يفوق العديد منها قدرة الدولة بمفردها على التحكم فيها.
- إن مؤيدي هذه النظرية أثبتوا المتوسطات الإحصائية التي قام اقتصاديو التغيير الهيكلي بحسابها من خلال مدى مختلف للدول الغنية والفقيرة ذات فائدة محدودة في عملية تحديد العوامل الحرجة لعملية التنمية الخاصة بالدول.<sup>2</sup>
- ش. نظرية التبعية الدولية: تعد هذه النظرية امتدادا للمدرسة الماركسية، حيث يمكن أن نميز عدة اتجاهات داخلها تختلف من حيث المنبع الذي يستوحي منها أفكارها إلا أنها تجتمع في الإطار التحليلي العام المتمثل في دراسة العلاقة بين الدول المتخلفة والمتقدمة وانعكاساتها بالمسبة لكليهما وقد حظيت هذه النظرية بتأييد كبير خلال مدة السبعينات بين مفكري العالم الثالث، وفي هذا الصدد يمكن أن نميز بين ثلاث تيارات فكرية لثورة التبعية الدولية.<sup>3</sup>
- نموذج التبعية الاستعمارية الجديدة: إن الفكر الماركسي في التنمية يغزو استمرارية العالم الثالث المتخلف البدائي إلى التطور التاريخي الرأسمالي الدولي الغير عادل فيما يخص العلاقة بين الدول الفقيرة والدول الغنية، فسواء أكانت الدول

<sup>1</sup> محمد بوقوم وآخرون، (2006): مقاربات جديدة لتعريف التنمية، نحو تنمية مستقلة، الملتقى الدولي حول التنمية، نحو تنمية واقعية في الجزائر، جامعة عنابة، الجزائر، 04 و 05 نوفمبر 2006.

<sup>2</sup> عبد القادر محمد عبد القادر عطية، (1999): اتجاهات حديثة في التنمية، دار الجامعة، الإسكندرية، ص 32.

<sup>3</sup> عبد الوهاب الأمين، (2000): التنمية الاقتصادية المشكلات والسياسات المقترحة مع الإشارة إلى البلدان العربية، الطبعة الأولى، دار حافظ للنشر والتوزيع، جدة، العربية السعودية، ص ص 68-70.

الغنية مستغلة عن قصد أم مهملة بغير قصد لوجود الدول الفقيرة معها في النظام الدولي المسيطر عن طريق عدم تكافؤ القوة في العلاقة بين المركز (الدول المتقدمة) والحد الخارجي أو المحيط (الدول الأقل تقدماً) فإن المحاولات المتقدمة من جانب الدول الفقيرة في أن تكون مستقلة ومعتمدة على ذاتها تصبح صعبة، بل في بعض الأحيان مستحيلة في ظل وجود تلك السيطرة والتبعية، لذا فإن التخلف هنا ظاهرة خارجية، على عكس نظريات المراحل الخطية والتغيير الهيكلي، فقد كان تأكيد القيود الداخلية مثل عدم كفاية الادخار والاستثمار أو نقص التعليم والمهارات، فالتخلف هنا مسؤولة عنه الدول المتقدمة لتعمدها إجبار الدول النامية على الدوران في فلكها والتبعية الكاملة لها.<sup>1</sup>

- نموذج المثال الكاذب: ويقوم هذا النموذج على إعطاء الدول النامية نصائح مغلوطة وغير مناسبة، وكذلك نتيجة التحيز العرقي للخبراء من الدول المتقدمة المشتغلين بالوكالات والمنظمات الدولية، إذ يقدم هؤلاء الخبراء هياكل اقتصادية رائعة ونماذج اقتصاد قياسي معقدة في التنمية غالباً ما تقود إلى سياسات غير سليمة وغير مناسبة.<sup>2</sup>
- فرضية التنمية الثنائية: ويفترض هنا تركيز الثروة في أيدي قليلة داخل مساحة كبيرة من الفقر، ويشتمل مفهوم هذه الفرضية على العناصر الأساسية التالية:

- توافر مجموعة الظروف المتباعدة في آن واحد وفي مكان واحد، كان يتعايش معا في ظروف الإنتاج في بلد ما طريقتي الإنتاج الحديثة والتقليدية في قطاع الريف والمدينة أو تعايش القلة الغنية مرتفعة المستوى الثقافي والتعليمي مع الكثرة الفقيرة والأمية<sup>3</sup> من سكان مجتمع ما؛<sup>3</sup>
- اتساع هذا التعايش واستمراره ليس مرحلياً، ويرجع هذا إلى مسببات ليست ظاهرة ولكنها أسباب هيكلية لا يسهل إزالتها أو القضاء عليها؛

<sup>1</sup> مريم مصطفى وآخرون، (2001): قضايا التنمية في الدول النامية، دار المعرفة الجامعية، السويس، ص 59.

<sup>2</sup> عبد الوهاب الأمين، (2000): المرجع سبق ذكره، ص 70.

<sup>3</sup> محمد صالح تركي القريشي، (2010): المرجع سبق ذكره، ص 157.

- لا تبدي الفوارق بين شقي ظاهرة الثنائية الاقتصادية أي ميل نحو التقارب، بل على العكس فإنها تميل نحو الزيادة والاتساع، ومن خواصها أيضا أن الأحوال الاقتصادية في القطاع المختلف لا تتأثر كثيرا بالرواج أو الانتعاش في القطاع المتقدم بل على العكس، إذ قد يدفع القطاع المتأخر إلى الأسفل وتعميق تخلفه.<sup>1</sup>

ن. نظرية الثورة النيوكلاسيكية المعاكسة: لقد ظهرت الثورة النيوكلاسيكية - المعاكسة في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وبريطانيا وألماني الغربية سابقا في النظريات والسياسات الاقتصادية خلال القرن العشرين، وقد تركزت دراسات هذه النظرية على سياسات الاقتصاد الكلي الذي يهتم على جانب العرض وعلى نظريات التوقعات الرشيدة وعلى عمليات الخصخصة<sup>2</sup>، أما على الصعيد الدول النامية فقد أخذ ذلك على شكل تحرير الأسواق وانتهاج أسلوب التخطيط المركزي على مستوى الدولة ومن الملاحظ أن أنصار المذهب النيوكلاسيكي يسيطرون على أقوى مؤسستين مالتين في العالم وهما البنك الدولي وصندوق النقد الدولي.

إن النظرية تقول بأن في حالة التخلف الاقتصادي تنتج عن سوء تخصيص الموارد بسبب السياسات السعرية الخاطئة، والتدخل المفرط في النشاط الاقتصادي من جانب حكومات العالم الثالث.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ميشال إدوارد، (2005): التنمية الاقتصادية، ترجمة: أ د محمود حسن حسني، دار المريخ، السعودية، ص 144.

<sup>2</sup> ميشال إدوارد، (2005): المرجع نفسه، ص 149.

<sup>3</sup> صبري زايد السعدي، (1999): الاقتصاد السياسي للتنمية في السوق الرأسمالية العالمية، ملاحظات مستقاة من بعض التجارب العربية، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، عدد 11، 1999/249، ص 31.

## 2. مؤشرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية في القطاع السياحي:

نتيجة لعدم وجود مؤشر موحد للتنمية تم الجمع ما بين المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية لكي يتضمن وبشكل شامل كافة الجوانب المتعلقة لتحليل الواقع الاقتصادي والاجتماعي، حيث تعد المتغيرات الاقتصادية الكلية أحد الوسائل التي يتم من خلالها قياس كفاءة أداء القطاعات الاقتصادية ومنها القطاع السياحي لأنها تحتم في دراسة الكيفية التي يتم من خلالها الوصول للمستوى التوازني للقطاع، وذلك خلال معرفة التغيرات التي تحصل فيها ومعدلات نموها والمشكلات التي تواجهها، فضلا عن التأثيرات المتباينة التي تسهم بها بعض متغيرات الاقتصاد الكلي أهمها: الناتج المحلي الإجمالي، الميزان السياحي، التضخم، البطالة<sup>1</sup>...

### 1.2. الناتج المحلي الإجمالي مقياس الأداء الاقتصادي PIB:

هو مجموع إجمالي القيمة المضافة<sup>2</sup>، وهو من أكثر المقاييس شمولاً لقياس جميع مخرجات دولة ما السلع والخدمات أي أنه مجموع القيمة النقدية لمجموع الاستهلاك، والاستثمار، والمشتريات الحكومية، السلع والخدمات، وصافي الصادرات لما تم إنتاجه في دولة ما في إحدى السنوات، ويستخدم لأغراض عدة، لكن أهمها هو قياس الأداء الكلي للاقتصاد<sup>3</sup>. وتأتي مساهمة العوائد السياحية في الناتج المحلي الإجمالي كآآتي حيث تعتمد هذه الطريقة على معرفة حجم الطلب ومتوسط حجم الإنفاق للسائح المحلي والخارجي، وفي هذا الصدد حاولت بعض الدول (مثل إنجلترا، وأستراليا)، اعتماد نسبة استخدام الخدمة أو المنتج من قبل القطاع السياحي دون القطاعات الاقتصادية الأخرى، لكي تصبح القيمة المضافة التي يولدها القطاع السياحي مجدية لاقتصاد أي بلدة يجب أن تزيد نسبة استخدام الخدمة / المنتج السياحي على 25 % من مجموع الاستخدام العام<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> آلاء محمد عبد الله، بشار محسن محمد، (2012): قياس وتفسير أثر بعض المتغيرات الاقتصادية في أثناء القطاع الزراعي، في بلدان نامية مختارة، مجلة زراعة الرفادين، العراق، (المجلد 40 - العدد 01)، ص 01.

<sup>2</sup> the world Bank, the little book on gender in AFRICA 2012/13, (2013), from Africa développement indicators, Washington, p 111

<sup>3</sup> بول سامويلسون، ويليام د. نوردهاوس، (2011): الاقتصاد، الطبعة الأولى، الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، ص 437.

<sup>4</sup> موفق عدنان عبد الجبار الحميري، المرجع سبق ذكره، ص ص 13-14.

## 2.2. الميزان السياحي والتضخم:

## 1.2.2. الميزان السياحي:

يعتبر ميزان المدفوعات سجل منظم يتكون من جانبين، جانب دائن تدرج به كافة العمليات التي تحصل منها الدول على النقد الأجنبي مقابل ما تصدره من السلع والخدمات إلى العالم الخارجي، وجانب مدين تدرج به كافة العمليات التي تدفع فيها الدولة مقابل ما تستورده إلى العالم الخارجي، وتمثل السياحة إحدى المعاملات الغير منظورة في ميزان المدفوعات حيث يشمل الميزان السياحي الفرق بين ما يمر عبر الجهاز المصرفي بين متحصلات ومدفوعات السياحة<sup>1</sup>.

ويتم تقدير الإيرادات السياحية عن طريق تقدير معدل الإنفاق اليومي وهذا استنادا للمعلومات المقدمة من طرف الفنادق ووكالات السياحة والبنوك، فالدخل السياحي يؤثر في الميزان التجاري من خلال القيمة الصافية للميزان السياحي الذي يمثل الفرق بين مصاريف السياح خارج بلدهم<sup>2</sup>، والمهم هنا الإشارة إلى صعوبة تقدير حصة السياحة في الاقتصاد، إلا أنه يمكن الاستعانة بالمعادلة التالية لحساب الأثر الاقتصادي للنشاط السياحي كالتالي<sup>3</sup>:

## المعادلة رقم 04: تقدير الأثر الاقتصادي للسياحة

$$\text{Impact} = \frac{\text{C. K. M. E. } 100}{\text{PIB}}$$

حيث أن:

Impact: حصة الاستهلاك السياحية من قبل المقيمين وغير المقيمين من السياح.

C: الاستهلاك في النشاط السياحي.

K: مضاعف الاستهلاك السياحي لمختلف القطاعات ذات النشاط الإنتاجي.

M: معامل التصحيح (الواردات).

E: معامل تحويل قيم المنتجات إلى أقساط (Facteur de transformation de la production en vente).

PIB: الناتج المحلي الإجمالي.

<sup>1</sup> www.wttc.org/sitemedia/uploads/downloads/Algéria.pdf

<sup>2</sup> يسرى دعيس، (2003): صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، ص 524.

<sup>3</sup> Robert LANOUAR et al. (1995) : tourisme et environnement enjeux et prospective, Economica, paris, France, p 31

وتجدر الإشارة أن التحليل يحتاج إلى معلومات تكون أكثر دقة وذلك لمعرفة أوضاع مسار العوائد السياحية<sup>1</sup>.

### 2.2.2. التضخم:

يعرف التضخم بأنه حركة صعوديه للأسعار تتصف بالاستمرار الذاتي، تنتج عن فائض الطلب الزائد عن قدرة العرض، ويرجع التضخم في جوهره إلى اضطراب قوي للإنتاج، وعدم كفايته في الوفاء بحاجات الأفراد المتزايدة.

كما أن الزيادة في كمية النقود، والزيادة في الإنفاق النقدي يؤدي إلى التضخم، فقد يعوض انخفاض سرعة تداول النقود عن الزيادة في كمية النقود، بحيث يبقى الحجم الكلي لتيار الإنفاق النقدي على حاله، كما قد تصاحب الزيادة في الإنفاق النقدي زيادة متناسبة في عرض السلع والخدمات بحيث لا يؤدي هذه الزيادة إلى التضخم، وإنما تتوفر للتضخم النقدي أسباب الوجود إذا لم تصادف الزيادة في تيار الإنفاق النقدي زيادة مقابلة في العرض الكلي للسلع والخدمات.

كما ينشأ التضخم نتيجة عدم التوازن بين الإنتاج والاستهلاك والادخار والاستثمار، ونتيجة لضعف الطاقات الإنتاجية في الاقتصاد، كما أن هناك ثلاثة عوامل تزاوّل تأثيراً مباشراً على مستوى الأسعار، وهي كمية النقود، والحجم الحقيقي للسلع والخدمات المعروضة، وسرعة تداول النقود<sup>2</sup>.

لا شك أن التضخم يعد من المعوقات أمام تدفق السياحة إلى البلد المضيف نظراً لارتفاع أسعار السلع والخدمات مما يجد من الطلب عليها، ويمكن تقسيم أسباب التضخم إلى مجموعتين الأولى ترجع إلى عوامل جذب الطلب والثانية تخص عوامل دفع التكاليف.

❖ عوامل جذب الطلب: نجد عوامل جذب الطلب تفسيراً للتضخم في زيادة حجم الطلب الكلي عن المعروض من السلع والخدمات، تربط زيادة الطلب بالارتفاع الكبير في المعروض النقدي أي وسائل الدفع إلى حد اعتبار التضخم ظاهرة نقدية وتعريفه على أساس انه كمية كبيرة من النقود تطارد كمية محدودة من السلع والخدمات، وهكذا ترتفع الأسعار تحت ضغط الطلب بل قد ترتفع الأجور كذلك بسبب زيادة الطلب عليها ومن ثم يدخل الاقتصاد في سلسلة من ارتفاع الأجور والأسعار (لؤلؤ الأجور والأسعار).

❖ التكاليف: لعل من أهم عناصر التكاليف التي قد تدفع الأسعار إلى الارتفاع هي ارتفاع في الأجور غير مصحوبة بارتفاع في الإنتاجية، كذلك ارتفاع اسعار المواد الخام ...، وهكذا يستمر التضخم جذوره من دفع التكاليف<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Robert LANOUAR et al. (1995) : Idem, p 33 .

<sup>2</sup> حسين بن سالم جابر الزبيدي، (2011): التضخم والكساد، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص ص 32-33.

كما تتعدد الأساليب لمواجهة التضخم بتعدد أسبابه وجذوره، وتساهم كل من السياسة المالية والنقدية في كبح جماح التضخم، فعلى صعيد السياسات المالية تسعى الحكومة إلى تخفيض العجز في الموازنة العامة من خلال زيادة الضرائب، وتخفيض الإنفاق الحكومي وهو ما يدعم كبح الطلب الكلي، أما السياسة النقدية فتعمل على تقليل المعروض النقدي وتخفيض حجم الائتمان خاصة الاستهلاكي منه<sup>2</sup>.

### 3.2. البطالة والسياحة:

قدمت الدراسات والأبحاث الاقتصادية والاجتماعية والسياسية تعريفات مختلفة للبطالة وفصلت من زوايا مختلفة بحسب مجال اختصاص الدراسة، حيث عرفت على أنها الحالة التي يكون فيها الشخص قادرا على العمل وراغبا فيه وباحتنا عنه ويقبل به عند الأجر السائد، لكنه لا يجده.

كما تعني البطالة وجود طاقة فائضة أو استخدام غير كامل للموارد المتاحة، ويتوافق هذا التعريف مع التعريف الإجرائي لمفهوم البطالة الذي قدمته منظمة العمل الدولية حيث تشير إلى أنها مجموع الأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن 15 سنة دون عمل لكنهم باحثين عنه وقادرين عليه وراضون بمستوى الأجر السائد ولكنهم لا يجدون عملا.

ومنه هي ظاهرة اختلال التوازن في سوق العمل، ويعبر عنها بنسبة مئوية لعدد العاطلين عن العمل على إجمالي القوى العاملة\*، حيث تعتبر أحد المقاييس الرئيسية لأداء اقتصاد ما وأن السياسة الاقتصادية الكلية لكل بلد تركز على إبقاء المعدل منخفضا\*\* قدر الإمكان<sup>3</sup>. تعتبر السياحة صناعة خدمات لعمل مكثف ومصدر هام للتوظيف سواء بشكل مباشر داخل قطاع السياحة ذاته، أي ما يتصل باستغلال المقاصد السياحية، كالعمالة المتخصصة للنقل السياحي والإرشاد، حماية السواح، حفظ شؤونهم، أو بشكل غير مباشر، بالمساهمة في توفير فرص العمل بالقطاعات التي تمد السياحة باحتياجاتها من السلع والخدمات، كالعاملين في البنى الأساسية والزراعة وتجارة المواد الغذائية والصحة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> محمد البنا، (2009): اقتصاديات السياحة والفندقة، الدار الجامعية الإسكندرية، ص ص 225 - 226.

<sup>2</sup> محمد البنا، (2009): المرجع سبق ذكره، ص 227.

\* يقصد بها جميع الأفراد الذين ينتمون لسن العمل وينطبق عليهم مفهوم العمالة أو البطالة.

\*\* فإذا كانت نسبة البطالة مرتفعة أدى ذلك إلى زيادة قيمة الاستهلاك التلقائي مما يؤدي على تناقص كمية الادخار ومنه صعوبة في تمويل الاقتصاد، خاصة وأن فئات البطالة تتميز بميل حدي للاستهلاك مرتفع يؤدي إلى تأخر عتبة الادخار أكثر.

<sup>3</sup> هابل عبد المولى طشطوش، (2011): البطالة، المسببات والآثار/ رؤية اقتصادية إسلامية للعلاج، ورقة بحثية في المنتدى الدولي حول استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، المسيلة، يومي 15 و 16 نوفمبر 2011، ص ص 3 - 4.

<sup>4</sup> صليحة عشي، (2010): المرجع سبق ذكره، ص ص 157 - 160.

ومنه تعمل السياحة على توليد ثلاثة أنواع من مناصب الشغل هي:

- ❖ العمالة المباشرة: وهي التي ترتبط مباشرة بالوحدات السياحية من فنادق، ومطاعم ووكالات السفر وغيرها؛
- ❖ العمالة الغير مباشرة: تتمثل في مجمل مناصب العمل التي يعتمد عليها القطاع السياحي وتتقاطع معه كالزراعة والصناعة والتشييد؛
- ❖ العمالة المحفزة: والتي تتولد نتيجة الإنفاق السياحي.<sup>1</sup>

إلا أن عدم وجود القوى العاملة الماهرة والكفؤة بشكل كاف للسياحة المحلية يستدعي تدخل يد عاملة أجنبية مما يسهل تسريب الإيرادات السياحية خارج البلد، مما يستدعي الاندماج السليم والتخطيط لتطوير وتنمية المهارات، ويبقى التحدي الأكبر في معرفة (خلق) الروابط اللازمة بين عملية تدريب العمالة وتوفير التدريب ومعرفة الاحتياجات النوعية والكمية لهذه الصناعة بما يتناسب والبلد المضيف، فعلى الصعيد العالمي كانت هناك محاولات لتصحيح حالة انعدام التنسيق بين المنظمات والمؤسسات السياحية باعتبارها واحدة من العوامل الرئيسية التي تعوق نجاح تنمية الموارد البشرية في المجال السياحي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Gerard Guibilate ,(1983) :economie touristique ,ediction DELIVA,Suisse, p146.

<sup>2</sup> Lucky Kaplan, (2004:) skills development in tourism, south africa's tourism development strategy, geojournal, N°60, p p 217 ، 218 .

3. عرض تجارب ناجحة في مجال السياحة وأثرها على البيئة الاقتصادية:

### 1.3. عرض التجربة المغربية في المجال السياحي:<sup>1</sup>

تقع المملكة المغربية في الزاوية الشمالية الغربية من قارة إفريقيا، عاصمتها الرباط، وتحدها الجزائر من الشرق والجنوب، والبحر الأبيض المتوسط من الشمال، والمحيط الأطلسي من الغرب، ولا يفصلها عن أوروبا سوى مضيق جبل طارق. ويختلف مناخ المغرب حسب المناطق، فهو متوسطي بالشمال، محيطي بالغرب، صحراوي بالجنوب، أما المناطق الصحراوية تتمتع بمناخ معتدل، والسياحة في المغرب أنواع تختلف باختلاف الهوايات والاهتمامات فهنما سياحة المدن العتيقة، السياحة الجبلية، السياحة الصحراوية السياحة الرياضية، السياحة الشاطئية والسياحة الدينية.

#### 1.1.3. التجربة المغربية في مجال التميز السياحي:

تعمل المغرب على منافسة البلدان السياحية الكبرى، وذلك من خلال العمل على تنويع المنتج السياحي والترويج له، وهي تسعى لأن تكون من بين 20 الدول الأولى في السياحة العالمية وذلك بحلول العام 2002، وخاصة أن لديها مميزات سياحية منها الموقع الجغرافي وقربه من دول أوروبا الغربية، وطبيعتها الخلابة وامتداد شواطئها وبالإضافة إلى الزخم التراثي والإسلامي الكبير.

#### أ. مقومات السياحة المغربية:

- المقومات الطبيعية: والتي تمثل بموقعها الجغرافي والاستراتيجي المميز، ومناظرها الطبيعية الجذابة، وتضاريسها المتنوعة من شواطئ وجبال وأودية وبحيرات وشلالات وصحراء وكثبان رملية وواحات.
- المقومات الحضارية: تمتلك المغرب تراثا حضاريا عريقا يتمثل في العادات الاجتماعية الأصيلة، والمآثر العمرانية، والفنون الشعبية.
- المقومات التجهيزية: تتمثل في الفنادق الضخمة والمصنفة، والمخيمات غير المصنفة، إضافة للمركبات السياحية الضخمة.

<sup>1</sup> عمار شرعان، (2018): دورية دولية علمية محكمة، المجلة الدولية للدراسات الاقتصادية، المركز الديمقراطي العربي، المانيا برلين، (العدد2)، ص51.

ب. المتغيرات الرئيسية للسياحة في المغرب:

- الطاقة الإيوائية: يمكن توضيح تطور الطاقات الاستيعابية للفنادق المصنفة بمعيار عدد الأسرة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 2-2: تطور الطاقات الاستيعابية للفنادق المصنفة بمعيار عدد الأسرة

السنوات	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
عدد الأسرة	95180	174019	187874	200091	211974	221611	231334	242624

المصدر: وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي المغربية، متوفرة على الموقع:

<http://www.tourism.gov.ma/or/mode.2979>

نلاحظ من خلال الجدول تطور عدد الأسرة في الفنادق المصنفة خلال الفترة 2010 – 2016 حيث قدرت بـ 28.27 % أي بزيادة قدرها 68605 سرير، كما أن هدف الحكومة المغربية هو إنشاء 200 ألف أسرة جديدة مع حلول سنة 2020 وذلك من أجل توسيع الطاقة الاستيعابية للفنادق لاستقبال عدد مضاعف من السياح الوافدين.

• التحقيقات البشرية: سيتضمن هذا العنصر توضيحا لمستوى وعدد وحركة السياح الوافدين إلى المغرب، وذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 3-2: عدد وحركة السياح الوافدين إلى المغرب

السنوات	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
عدد السياح	4278120	9288338	9342133	9375156	10046264	10282944	10176762	10331731

المصدر: وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي متوفرة على الموقع:

<http://www.tourism.gov.ma/or/mode.2976>

نلاحظ من خلال الجدول تطور في عدد السياح الوافدين خلال الفترة 2010 – 2016، حيث قدرت الزيادة بـ 10.09 % أي بزيادة قدرها 1043393 سائح، كما أن هدف الحكومة المغربية هو استقطاب 20 مليون سائح مع حلول العام 2020.

- الليالي السياحية: يعمل المغرب على جلب أكبر عدد من السياح ومن أجل إطالة مدة الإقامة عمل على رفع الطاقة الاستيعابية للفنادق وهو ما تم التطرق إليه سابقا، حيث ارتفع عدد الأسر من 174019 سنة 2010 إلى 242624 سرير سنة 2016، أما عن عدد الليالي التي قضاها السياح بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة، فكانت حسب الجدول التالي:

**الجدول رقم 2-4: عدد الليالي التي قضاها السياح بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة**

السنوات	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
عدد الليالي	67553931	18020305	1686766	17485762	19114129	19633475	18424251	19254930

المصدر: وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي، متوفرة على الموقع:

<http://www.tourism.gov.ma/or/mode.2978>

يتبين من خلال الجدول أن هناك تطور في الليالي السياحية خلال الفترة 2010 – 2016 وهذا راجع لزيادة عدد السياح الوافدين للمغرب.

- عائدات السياحة: تلعب السياحة دورا هاما في الاقتصاد المغربي حيث تحتل موقع الزيادة في قطاع الخدمات، وسنوضح عائداتها من خلال الجدول التالي:

**الجدول رقم 2-5: عائدات السياحة في الاقتصاد المغربي**

السنوات	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
العائدات	2.22	8.18	9.10	8.49	8.20	9.07	7.76	7.92

المصدر: بيانات البنك الدولي متوفرة على الموقع: <http://data.albankaldawli.org/indicator/st.Lnt.cd?location>

من خلال الجدول، يتبين لنا أن مستوى عائدات السياحة المغربية مرتفع نسبيا رغم تذبذبه، مع انخفاضه خلال سنتي 2015 و 2016، ويمكن إرجاع ذلك التضخم وانخفاض قيمة العملة، وارتفاع عدد السياح خاصة بعد إعفائهم من التأشيرة من قبل الحكومة المغربية، حيث يعتبر السائح الصيني من أكثر السياح اقتصادا وأقلهم إنفاقا.

وكما سبق التطرق إليه أن هدف الحكومة المغربية استقطاب 20 مليون سائح مع حلول 2020 فإنها تهدف إلى مضاعفة العائدات السياحية إلى 140 مليار درهم، (15 مليار دولار)، مع التركيز على السياحة الأثرياء والطبقات الوسطى وتجنب ساحة الأغراق الأقل دخلا على رغم كثافة الوافدين.

### 2.1.3. أهمية السياحة في الاقتصاد المغربي:

أ. تشغل السياحة مكانة هامة في البيئة الاقتصادية للمغرب، إذ تعتبرها الحكومة كأكثر قطاع استراتيجي من أجل دعم وتسريع التنمية الاقتصادية؛

ب. تفتح السياحة المجال للاستثمار في رؤوس الأموال، وأن تولد عائدات كثيرة وتخلق مناصب شغل هامة، كما تعتبر مصدرا حيويا لجلب العملة الصعبة؛

ج. السياحة ثاني مساهم في الناتج المحلي الإجمالي بعد الفوسفات حيث تساهم بحوالي 11.4 % من الناتج المحلي الإجمالي؛

د. يعتبر القطاع السياحي مصدرا ممتازا للشغل بمساهمته في خلق 515000 منصب شغل مباشر سنة 2016، أي ما يمثل حوالي 05 % من إجمالي نسبة الشغل في مختلف قطاعات الاقتصاد؛

هـ. قدرت العائدات المحصلة من طرف السياح غير المقيمين الذي أقاموا بالمغرب سنة 2016 (دون احتساب مصاريف النقل الدولي) بحوالي 63.2 مليار درهم، أي حوالي 6.9 مليار دولار، ومثلت هذه العائدات من العملة الصعبة حوالي 09 % من صادرات السلع والخدمات وغطت 07 % من عجز الميزان التجاري سنة 2016.<sup>1</sup>

### 3.1.3. مشاكل القطاع السياحي المغربي والتدابير اللازمة للنهوض بالسياحة المغربية:

أ. مشاكل القطاع السياحي في المغرب: بالرغم من تميز السياحة المغربية وعائداتها الكبيرة إلا أنها تعاني من بعض المشاكل التي تؤثر سلبا على تطور القطاع السياحي بالبلاد. ومن أبرز هذه المشاكل ما يلي:<sup>2</sup>

- ارتفاع النشاط السياحي في ليالي الصيف وانخفاضه في باقي الفصول؛

<sup>1</sup> <https://www.t7wega.com> , consulté le,12-04-2019,16 :15.

<sup>2</sup> <https://www.noonpost.com> , consulté le,12-04-2019,17 :01

- عدم وجود تنظيم الرحلات الجوية، نتيجة عدم احترام الوكالات للوقت؛
- تعرض السياح للكثير من المضايقات، لا سيما في أماكن تجميعهم بسبب ضعف وعي المجتمع بثقافة السياحة؛
- ضعف في وسائل التنشيط، وجودة الخدمات المرتبطة بالقطاع السياحي؛
- تركز السياحة في المغرب إلى حد كبير في وجهتين رئيسيتين اثنتين هما: مراكش وأكادير، والتي تمثل أكثر من نصف ليالي المبيت الدولية ولا يسمح هذا التركيز الجغرافي بإبراز كافة إمكانات المغرب.

ب. التدابير اللازمة للنهوض بالسياحة المغربية: لقد وضعت الحكومة المغربية استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي، أطلقت عليها تسمية رؤية 2020 تقوم على أبرز العناصر التالية:

- الاستمرار في جعل السياحة أحد المحركات الرئيسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية بالمغرب، ويتمثل طموحها في أن تكون البلاد من بين أكبر 20 وجهة عالمية بحلول عام 2020 وفرض نفسها كمرجع في مجال التنمية المستدامة في منقطة البحر الأبيض المتوسط؛

- مضاعفة حجم القطاع وطاقته الاستيعابية بإنشاء 200 ألف سرير جديد؛
- مضاعفة عدد السياح الوافدين خاصة من دول أوروبا والبلدان الناشئة؛
- خلق 740 ألف منصب شغل مباشر جديد بحلول عام 2020؛
- مضاعفة عائدات القطاع إلى حوالي 15 مليار دولار سنويا (140 مليار درهم) بحلول العام 2020؛
- التأطير المؤسسي للقطاع السياحي وذلك من خلال إنشاء الهيئة العليا للسياحة المكلفة بالإشراف على القطاع؛
- وقد تم تحديد 06 برامج مهيكلت تتمحور حول الثقافة والشواطئ والطبيعة، وتركز هذه البرامج على السياحة المستدامة وعلى تحقيق قيمة مضافة عالية. وهي:

- المخطط الأزرق 2020 الذي يتمحور حول عرض الشاطئ؛
- البيئة التنموية المستدامة، ويهدف إلى تعزيز الموارد الطبيعية والقروية مع الحفاظ عليها؛
- التراث والموروث التاريخي الذي يهدف على تعزيز الهوية الثقافية المغربية؛
- التنشيط والرياضة والترفيه، والذي يطمح إلى خلق عرض ترفيهي متنوع يكمل البنية التحتية السياحية؛
- مواقع تجارية صغيرة ذات قيمة مضافة عالية ذات صلة بسياحة الأعمال والرفاهية والصحة؛

- برنامج السياحة الداخلية " بلادي " الذي من شأنه أن يساعد على تلبية تطلعات المغاربة من خلال تقديم منتج مناسب.

- كما تضمنت رؤية 2020 برنامج لابتكار والتنافسية السياحية يتمحور حول دعم محدد للمقاولات الصغرى والمتوسطة، وكذا دعم شبكات الإحالة على امتداد سلسلة القيمة السياحية؛
- إنشاء الصندوق المغربي للتنمية السياحية (FMDT) وذلك لتسهيل الحصول على الموارد المالية؛
- وفيما يتعلق بالنقل، سيضع المكتب الوطني المغربي للسياحة (ONMT) ووكالات التنمية السياحية (ADT) استراتيجيات محددة لدعم الخدمات الجوية وزيادة جاذبية المناطق السياحية؛
- إنشاء مراكز للتميز في التكوين في كل منطقة لضمان ملائمة التكوين مع متطلبات سوق العمل، وستتمخض هذه المراكز عن شراكة بين القطاعين العام والخاص.

### 2.3. التجربة المصرية في مجال السياحة:

جمهورية مصر العربية هي مركز الحضارة المصرية القديمة، وتمتد من شمال إفريقيا إلى الجزء الجنوبي من آسيا، حيث تحدها من الغرب ليبيا، ومن الجنوب السودان ، ومن الشرق يحدها خليج العقبة في الأردن، أما من جهة الشمال الشرقي فتحدها فلسطين، ومن الجدير بالذكر أن شبه جزيرة سيناء هي الجزء الوحيد الذي يقع في قارة آسيا، ويفصلها عن البلاد قناة السويس وتتربع مصر في مراتب متقدمة بين الدول السياحية على مستوى العالم، من حيث استحوادها على أعداد هائلة من السياح من مختلف أنحاء العالم، وأكثر ما يميزها وجود عدد كبير من المزارات السياحية، والمتاحف والآثار والمعابد والمباني التاريخية في أراضيها كما أن بنيتها التحتية المتبينة قد ساعدت على تطور قطاع السياحة وتقدمه بشكل ملحوظ، فظهرت المنتجعات السياحية ومكاتب الطيران والسياحة لإسناد السياحة في البلد ومن أكثر المناطق المصرية جذبا للسياح على مدار العام هي الأقصر، أسوان، والقاهرة، والإسكندرية والبحر الأحمر وغيرها، ويذكر أن السياحة المصرية ذات تاريخ عريق منذ زمن المصريين القدماء، حيث تمكنت الجمهورية من الحفاظ على مكانتها السياحية على مر القرون الماضية حتى تاريخ المعاصر، وقد حظيت مصر بإدراج ستة مواقع تراثية ثقافية لها ضمن قائمة مواقع التراث العالمي من قبل منظمة اليونسكو.<sup>1</sup>

### 1.2.3. أنواع ومقومات السياحة في مصر:

<sup>1</sup> <http://skynewsarabia.com>, consulté le 12.04.2019, 15:12

أ. أنواع السياحة في مصر: ونذكر منها:<sup>1</sup>

● السياحة الثقافية: تعد السياحة الثقافية والأثرية من أقدم أنواع وأشكال السياحة في العالم بشكل عام وفي مصر بشكل خاص، بسبب غنى مصر بالآثار القديمة التي تعود إلى أكبر الحضارات العالمية وهي الحضارة الفرعونية والرومانية واليونانية.

وقد بدأت السياحة الثقافية في مصر منذ فك رموز اللغة البعثات الجامعية إلى مصر لدراسة الآثار المصرية والتعرف على الحضارات القديمة، وقد صدرت الكثير من الكتب بلغات مختلفة تحدثت عن عظمة هذه الآثار، وأهم الآثار الموجودة في القاهرة والجيزة سد الكفارة وهو في وادي مراري جنوب حلوان، وأيضا مدينة " أون" التي تعتبر من أهم المناطق الأثرية الفرعونية والمعروفة لدى الجميع بإسم " عين الشمس" والتي هي من أكثر عواصم العالم قدما، توجد في هذه المنطقة مسلة الملك سنوسرت الأول، ومنطقة الأهرامات الثلاث خوفو، وخفرع، ومنقرع، هذه الأهرامات التي تعتبر من عجائب الدنيا السبع، وكذلك تمثل أبو الهول العجيب إذ يتكون هذا التمثال من جسم أسد ووجه إنسان، والكثير من الآثار الباقية ما مدة لحد الآن.

● السياحة الترفيهية: تتمتع مصر بشواطئ بحرية جذابة تمتد على سواحل البحر الأحمر شرقا وتمتاز هذه الشواطئ بمياهها الصافية وانتشار الشعب المرجانية الملونة، وأنواع كبيرة من الأسماك، كما أن شواطئ البحر الأبيض المتوسط شمالا حيث المناخ المعتدل صيفا، وقد أقيمت على سواحل الكثير من الاستراحات السياحية والترفيهية، ومن أهم المواقع السياحية الترفيهية منطقة شرم الشيخ و الغردقة، ونويبع، ورأس سدر والعريض.

● السياحة الدينية: يأتي السياح بهدف زيارة الآثار الإسلامية والمسيحية، ومن هذه الآثار الإسلامية المساجد والقلاع، ومن أهم المساجد: مسجد عمرو بن العاص، ومسجد الحسين، ومسجد السيدة زينب، ومسجد الإمام الشافعي، والجامع الأزهر، ومسجد السلطان حسن. وأهم القلاع قلعة صلاح الدين الأيوبي، وقلعة محمد علي، وقلعة الجندي، وقلعة العقبة، وقلعة الطور، بالإضافة إلى قلعة الجندي وقلعة العريش، من الآثار القبطية كنائس مثل الكنيسة المعلقة، والسيدة العذراء، وكنيسة مارجرجس، والقديس مينا وشجرة الدار وغير ذلك من الآثار .

<sup>1</sup> <http://www.ASJP.CERist.dz.consulté.12/04/2019,17> :02.

● السياحة العلاجية: تشتهر مصر بوجود الكثير من ينابيع المياه المعدنية والكبريتية التي تستخدم لعلاج الكثير من الأمراض الجلدية، كما يستخدم الدمى أو الذين في علاج الكثير من أمراض الجهاز الهضمي والجهاز التنفسي وأهم المناطق التي تقدم السياحة العلاجية: الواحات البحرية، والوادي الجديد، وواحات الداخلة والخارجة والكثير من المواقع الأخرى.

ب. مقومات السياحة في مصر: تقسم مقومات السياحة في جمهورية مصر العربية إلى عدة أنواع من أهمها:

● مقومات طبيعية: ويتمثل هذا النوع من المقومات بما يلي:

- الموقع الجغرافي المهم للبلاد، حيث تعتبر حلقة وصل بين قارات العالم؛
- تأثر مصر بالمناخ المعتدل على مدار العام؛
- التنوع التضاريسي والطبيعي في مصر.

● مقومات بشرية: ويشمل ذلك:

- كثرة وجود المنشآت السياحية في مصر ما بين فنادق وقرى سياحية؛
- اتسام المصريين بحسن الضيافة والأخلاق الحسنة؛
- وقرى وسائل النقل و المواصلات؛
- تراجع الجريمة، وتوفير الأمن والأمان وكذلك وجود الأماكن السياحية الجاذبة للسياح.

### 2.2.3. أهمية السياحة في الاقتصاد المصري:

تعد مصر من ناحية نمو السياحة فيها ثاني أكبر وجهة في العالم، وذلك حسب إحصائية عام 2017 حيث سجلت نسبة نمو حوالي 51% وبالرجوع إلى عام 2016 شهدت مصر انخفاضا كبيرا في قطاع السياحة، حيث بلغ 5.26 مليون زائر مقارنة في عام 2015 والذي وصل إلى 9.1 مليون زائر، وقد يعود ذلك إلى الأوضاع السائدة في البلاد، التي ساهمت في تراجع القطاع السياحي.

إن القطاع السياحي في الدولة المصرية يرفد الدخل القومي من النقد الأجنبي ما نسبته حوالي خمسة وعشرين بالمئة (25%)، ويعود ذلك لما تمتلكه هذه الدولة من مقومات ثقافية وأيضاً تاريخية، ما يجعلها من أولى المدن المدونة على الخريطة السياحية العالمية، ويعود ذلك لوفرة السياحة بمختلف أنواعها.

إن الصناعة السياحية تعتبر أهم النشاطات الاقتصادية، بل وأسرعها في النمو على المستوى العالمي، إذ أنها تساوي في حجمها ما يزيد عن ثلث تجارة الخدمات في العالم.

تشكل ما يقارب 12% من الناتج المحلي الإجمالي، وتساهم أيضا بنسبة كبيرة في ميزان المدفوعات، كما يوظف قطاع السياحة 12% من القوى العاملة في مصر، وبالتالي يؤدي هذا إلى القضاء على ظاهرة البطالة بتوفير فرص عمل لشريحة كبيرة من الأيدي العاملة.<sup>1</sup>

### 3.2.3. معوقات السياحة في مصر والحلول المقترحة للترويج السياحي:

أ. معوقات السياحة في مصر: هناك عدة معوقات نذكر منها:<sup>2</sup>

- نقص التنسيق الحكومي وقلة التخطيط ووضع الاستراتيجيات لتشجيع هذا القطاع و دعمه بشكل أكبر؛
- ضعف القدرات المؤسسية القائمة على هذا القطاع؛
- نقص القوانين التي تعنى بتنظيم القطاع بالإضافة إلى نقص الرقابة؛
- نقص التقييم الاستراتيجي للمشاريع السياحية؛
- هيمنة القطاع الخاص على السياحة؛
- نقص الحوافز المقدمة للموظفين الذين يعملون في هذا القطاع.

ب . الحلول المقترحة للترويج السياحي في مصر: هناك خطط للترويج السياحي في مصر منها؛ العمل على رفع

مركز مصر التنافسي في الأسواق العالمية وخاصة الجديدة منها:

- إظهار المنتج السياحي والتعريف به بشكل فعال أكثر، وبصورة أكثر شمولية؛
- العمل على تحسين صورة السياحة المصرية دوليا، وذلك من خلال رفع الجودة لأعلى مستوياتها، وخاصة في الخدمات التي تقدم للسائح، مع الحرص على أن تكون أسعار الخدمات والرحلات مناسبة للجميع؛
- العمل على خطط تطويرية ومتنوعة للمنتجات السياحية المصرية بشكل مستمر؛

<sup>1</sup> www.mawdoo3.com,consulté ,13.04.2019.10 :15.

<sup>2</sup> [www.mawdoo3.com](http://www.mawdoo3.com), consulté le 14.04.2019, 13:00

● إطلاق الحملات الدعائية في كافة الوسائل الإعلامية التابعة للدول الرئيسية والتي تدعم وتصدر الحركة السياحية، وذلك عبر القنوات الفضائية.

ومن الجدير بالذكر أن هيئة التنمية السياحية في مصر وضعت خطة سياحية لعام 2017 الهدف منها تنشيط السياحة في البلاد، وذلك من خلال زيادة أعداد الغرف السياحية وزيادة عدد فرص العمل أيضا، وبذلك فإن عدد السائحين ستزداد بشكل مستمر لتصل إلى العدد المخطط له وهو ستة عشر مليون سائح.

### 3.3. التجربة التونسية في مجال السياحة:

السياحة في تونس اختيار وطني وفرصة استثمار اقتصادي وضرورة لمستقبل البلاد و الفكرة الأساسية هي أن تنوع السياحة في تونس يجب أن يساهم في ديمومة المشاريع، وأن يساعد على خلق خدمات سياحية مجددة و على جلب المزيد من الحرفاء بصورة مستمرة.

إضافة إلى ما تتميز به تونس من استقرار اقتصادي واجتماعي، والمناخ السياحي أهم عنصر يجعلها مقدا لمختلف الوجهات السياحية.<sup>1</sup>

### 1.3.3. السياحة التونسية في أرقام:<sup>2</sup>

أ. إنجازات القطاع السياحي التونسي لسنة 2013 :

<sup>1</sup> سهام بجاوية، ( 2015،2014): التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة استرشادية بتجربة تونس، إسقاط على الجزائر، أطروحة دكتوراه، منشورات كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص الإدارة التسويقية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، ص 203.

<sup>2</sup> سهام بجاوية، ( 2015،2014): المرجع نفسه، ص ص 207-209.

الجدول رقم 2-6: إنجازات القطاع السياحي التونسي لسنة 2013

الوحدة : مليون دينار تونسي

المعطيات	2010	2011	2012	2013	الفارق المئوي 2013/2012	الفارق المئوي 2013/2011	الفارق المئوي 2013/2010/
المداخيل السياحية	3522.50	2432.60	3175.30	3229.40	1.7	32.8	-8.3
عدد الليالي المقضاة	35565104	2063847	30035419	29980147	0.2	45.3	-15.7
عدد الوافدين	6902749	4785119	5590464	6268582	5.3	31	-9.2

المصدر : إدارة الدراسات، وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تونس 2013.

حسب الدراسات التي قامت بها وزارة السياحة التونسية فإن المداخيل السياحية انخفضت سنة 2013 مقارنة سنة 2010 إذ بلغت 3229.40 مليون دينار تونسي بعدما كانت 3552.50 مليون دينار تونسي ، أي الفارق (8.3%) بينما مقارنة مع سنة 2011 ارتفعت المداخيل السياحية إلى (32.8%) وفي سنة 2012 ارتفعت بنسبة ضعيفة تقدر بـ (1.7%)<sup>1</sup>.

أما فيما يخص عدد الليالي المقضاة، فقد انخفضت هي الأخرى بنسبة (15.7%) مقارنة بسنة 2010 التي قدرت بـ 3556104 ليلة بينما سنة 2013 قدرت بـ 29980174 ليلة ويمثل عدد الوافدين سنة 2010 6902749 ، بينما سنة 2010 فقدت بـ 628582، أي بنسبة (9.2%).

ب. إنجازات القطاع السياحي التونسي لسنة 2014:

<sup>1</sup> سهام بجاوية، (2015، 2014): المرجع سبق ذكره، ص ص 207-209.

الجدول رقم 2-7: انجازات القطاع السياحي التونسي لسنة 2014

الوحدة: مليون دينار تونسي

المعطيات	2013	2014	الفارق المئوي 2013/2014	الفارق المئوي 2010/2014
المداخيل السياحية	35756	3522.50	10.7	1.5
عدد الليالي المقضاة	29107239	3356104	3.0-	-18.2
عدد الوافدين	6068593	690749	-3.2	-12.1

المصدر: إدارة الدراسات، وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تونس 2014.

نلاحظ من الجدول بأن المداخيل السياحية لسنة 2014 بلغت 357560 مليون دينار تونسي، ارتفعت بنسبة 10.7% مقارنة بنسبة 2013، بينما سنة 2010 انخفضت بنسبة صغيرة قدرت بـ1.5%، كما هو موضح في الجدول أعلاه.

ج. إنجازات القطاع السياحي التونسي لسنة 2015 ( من 1 جانفي إلى 30 جوان ):

الجدول رقم 2-8: انجازات القطاع السياحي التونسي لسنة 2015

المعطيات	2010	2014	2015	الفارق المئوي 2014/2015	الفارق المئوي 2010/2015
المداخيل السياحية (مليار دينار تونسي)	1366	1445.3	1198.8	-17.1	-12.2
عدد الليالي المقضاة	13643.425	11126.308	8499.007	-23.1	-37.7
عدد الوافدين	3263.117	3123.607	2470.171	-20.9	-24.3

المصدر: إدارة الدراسات، وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تونس 2015.

نلاحظ من الجدول انخفاض في المداخيل السياحية بفارق 17.1% نسبة إلى سنة 2014، نفس الشيء بالنسبة لعدد الليالي المقضاة، وعدد الوافدين، الفارق المئوي على الترتيب بـ 23.1% و 20.9%.

### 2.3.3. أهمية السياحة في الاقتصاد التونسي:

لقد راهنت الحكومة التونسية منذ الاستقلال سنة 1956 على تنمية القطاع السياحي إذ لعبت منذ الستينيات دورا هاما في ذلك فأصبح عدد الوحدات السياحية عشر مرات أكثر من سنة 1962 إلى سنة 2000 ولكن بقيت الحكومة هي التي تبادر بتشجيع الباعثين في هذا لقطاع فإن دورها تقلص شيئا فشيئا بالانخراط في اقتصاد السوق في العشرية الأخيرة.

هذا القطاع مازال يحتل أهم مكانة في الاقتصاد الوطني ، فهو يمثل 6% من المنتج القومي الهام و 18.7 % من الصادرات وهو يشغل مباشرة قرابة 90000 شخص ويساهم في انتشار عدد كبير من القطاعات الأخرى ذات الصلة وخاصة قطاع الصناعات التقليدية.

وعرفت السياحة منذ نشأتها بكونها سياحة النخبة فتطورت بصفة ملحوظة إلا أن سنوات ازدهار الاقتصاد في أوروبا خلال الثلاثين سنة ( أي الستينيات والسبعينيات والثمانينات ) كانت سببا في توجه السياسة التونسية نحو سياسة المجموعات وما ينجم عنها من ربح وفير وسريع وتدني نوعية الخدمات.<sup>1</sup>

### 3.3.3. عوامل نجاح السياحة في تونس ومعوقاتها:

أ. عوامل نجاح السياحة في تونس: هناك عدة عوامل نذكر منها:<sup>2</sup>

- يساعد موقع تونس ذو الطبيعة المتنوعة بين شواطئ و جبال و صحراء على جعلها نقطة جذب رئيسية للكثير من السياح خاصة الأوروبيين؛
- تاريخ وثقافة وتراث تونس؛
- إمتيازها بمرافق الخدمات السياحية كالفنادق الضخمة والمنتجعات الساحلية؛
- وجود كفاءات تونسية ذات خبرة أصلية وعريقة في إكرام الضيف وبذل كل الجهود صراحتة وسعادتة؛
- وجود وعي سياحي عالي على المستويين الرسمي والشعبي؛

<sup>1</sup> <http://www.ouarsenis.com>, consulté le ,01-05-2019,11:03

<sup>2</sup> سهام بجاوية (2014،2015)، المرجع سبق ذكره، ص205.

● تتمتع تونس ببنية خدمات متطورة في مجال المواصلات والنقل جوا وبرا وبحرا.

ب. معوقات السياحة في تونس:

- على الرغم من نجاح تونس في المجال السياحي إلا أن هناك مجموعة من الصعوبات التي تقف في طريقها نذكر منها:
- وجهة التونسيين في السياحة خارج تونس حيث تأتي اسطنبول التركية في طليعة الوجهات؛
- المنافسة السياحية الشديدة من دول قارة إفريقيا؛
- انعكاس الاضطرابات الأمنية والسياسية على السياحة في تونس؛
- السياحة تدفع ضمن الإرهاب حيث عرفت العديد من المناطق في العالم هجمات إرهابية استهدفت الفضاءات السياحية، بل تكاد تكون السياحة هي الهدف الأبرز للعمليات الإرهابية، نظرا لتأثيرها الإعلامي وكلفتها الاقتصادية الباهظة على البلد المستهدف؛
- وعلى الرغم من كل هذه المعوقات التي تشهدها السياحة التونسية إلا أنها تظل من أكبر البلدان التي تحقق نجاحا في مجال السياحة.

## خلاصة الفصل الثاني:

إن مفهوم التنمية لم يتبلور في نظرية متكاملة مستقرة في الفكر الاقتصادي، وذلك بعد استعراض لتلك الاهتمامات بالموضوع منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، وعقب استقلال أغلب الدول النامية حالياً، أي أن مفهوم التنمية عرف منهجياً فكرياً جديداً منذ بداية التسعينات من القرن المنصرم، ليأخذ بمضامين جديدة من شأنها أن تعيد النظر في الاهتمامات الإنمائية التي كانت تعتمد قبل نهاية القرن العشرين.

ويتضح لنا أيضاً أن التنمية الاقتصادية التي تدخل ضمن مجالات التنمية لا تتحقق إلا بالإلمام بالمؤثرات والمشاكل والسياسات الموجودة في المجتمع وذلك بغرض تحقيق زيادة سنوية في الناتج القومي وقدرة الاقتصاد القومي على تحقيق معدلات النمو في الدخل الفردي تفوق معدلات السكان.

وفي الأخير اعتمدنا على بعض التجارب العربية في مجال السياحة، حيث يتضح لنا أن هذه الأخيرة تعد نشاطاً منتجاً ذا تأثير إيجابي على جوانب كثيرة، اقتصادية، واجتماعية وثقافية من خلال تعزيز معدلات النمو، وزيادة مستويات الدخل، وتحفيز استثمارات القطاع الخاص في البنية التحتية أي أن السياحة كنشاط ضرورة حتمية للرفع من اقتصاديات البلد.

## تمهيد:

لقد أصبحت التنمية الشاملة الشغل الشاغل لمعظم اقتصاديات العالم، وحتى يتحقق هذا الهدف فإن الأمر يتطلب تعبئة وتجنيد كل الموارد المتاحة المادية منها والبشرية، وفي هذا الإطار يشكل قطاع السياحة أحد أهم القطاعات المعول عليها للمساهمة في دفع عجلة النمو الاقتصادي ومن ثم تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة، من خلال مايو فره من فرص لخلق الثروة والتخفيف من حدة الكثير من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية.

ومن هذا المنطلق وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة السياحية بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة، حيث تقلبات أسعار هذه الأخيرة يشكل خطرا عليها.

ولهذا فقد أولت السلطات الجزائرية اهتماما خاصا بالاستثمار السياحي حيث تم إعداد استراتيجية تنموية طويلة المدى، تهدف إلى إقامة صناعة سياحية تنافسية من خلال توفير مناخ ملائم ومحفز يتماشى متطلبات السياحة الدولية. إن الاهتمام بهذا القطاع الاستراتيجي من الدولة الإطار الأول والفاعل في وضع الآليات المناسبة للاستثمار العقلاني في هذا القطاع، ونظرا لما تملكه الجزائر من رخاء وتنوع للإرث السياحي هذا ما خلق لها موقعا مهما وطموحا لدى الطبقة السياسية كي تجعل من السياحة موردا هاما لها ومساهما في آليات التنمية، ولإبراز كل هذا فإن الفصل الثالث من هذه الدراسة يتضمن النقاط الأساسية التالية:

1. البيئة الاستثمارية والأقطاب السياحية في الجزائر.
2. تشخيص وتحليل واقع السياحة في الجزائر.
3. أثر السياحة على التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر.

## 1. البيئة الاستثمارية والأقطاب السياحية في الجزائر:

### 1.1. البيئة الاستثمارية السياحية في الجزائر:

#### 1.1.1. الأحكام القانونية للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر وفق قانون 03-01:

يحدد القانون 03-01 شروط التنمية المستدامة للأنشطة السياحية وكذا تدابير وأدوات تنفيذها، ويهدف إلى إحداث محيط ملائم ومحفز من أجل:

- ❖ ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة في السياحة؛
- ❖ إدماج مقصد الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة من خلال ترقية الصورة السياحية؛
- ❖ إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية قصد رفع قدرات الإيواء؛
- ❖ تنوع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية؛
- ❖ تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية؛
- ❖ ترقية وتنمية الشغل في الميدان السياحي؛
- ❖ التطوير المنسجم والمتوازن للنشاطات السياحية وتأمين التراث السياحي.<sup>1</sup>

أ. الأحكام الخاصة بالتنمية السياحية: تخضع تنمية الأنشطة السياحية لقواعد ومبادئ حماية الموارد الطبيعية والمتاحات الثقافية والتاريخية وهذا بغرض حماية أصالتها وضمان القدرة التنافسية للعرض السياحي وديمومته وفي هذا الإطار توفر الدولة الشروط الضرورية لترقية الاستثمار السياحي وهذا بصفة أولية في مجال تهيئة وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية.

- دعم وتنمية السياحة: تتخذ الدولة إجراءات وأعمال الدعم وتقدم المساعدات وتمنح الامتيازات المالية والجبائية النوعية الخاصة بالاستثمار السياحي ويكون الهدف من ذلك تحقيق ما يلي:

- ✓ إعطاء دفع للنمو الاقتصادي؛
- ✓ تمكين المستثمرين من الاستفادة من الأدوات والخدمات المالية الملائمة مع متطلباتهم؛
- ✓ تحسين الخدمات البنكية المتعلقة بدراسة ملفات تمويل المشاريع؛
- ✓ تشجيع بروز محيط اقتصادي وقانوني يوفر الدعم للأنشطة السياحية ويضمن شروط ترقيتها وتأمينها في إطار منسجم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة بتاريخ 19-02-2003، المادة 1 و2 من القانون رقم (03-01)، ص 5.

<sup>2</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع نفسه، ص 6.

- **التهيئة السياحية:** تتم التهيئة وانجاز المنشآت السياحية طبقا لمواصفات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والذي يساهم في:

- ✓ التنمية المنسجمة للمنشآت والهياكل السياحية والاستغلال العقلاني لمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية وكذا الحفاظ عليها؛
- ✓ إدماج الأنشطة السياحية في أدوات تهيئة الإقليم والتعمير.<sup>1</sup>

- **هيئات التنفيذ:** تتولى في هذا الإطار الوكالة الوطنية لتنمية السياحة اقتناء وتهيئة وترقية وإعادة بيع أو تأجير الأراضي للمستثمرين داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية المعدة لانجاز المنشآت السياحية.

• **تثمين الخدمات والترقية السياحية:** تشجع السلطات العمومية تطوير التكوين المتخصص والملائم للأنشطة السياحية وتسهر على توسيع مجال الترقية والإعلام السياحيين حيث يتم:

- **تثمين الخدمات السياحية:** يشكل تثمين الموارد البشرية المرتبطة بالمهن والأنشطة السياحية محورا للتنمية السياحية وفي هذا الإطار تعمل الدولة على تشجيع ما يلي:

- ✓ إنشاء مؤسسات تكوينية في مختلف الشعب السياحية؛
- ✓ إحداث بكالوريا مهنية في السياحة؛
- ✓ فتح شعب في الاقتصاد السياحي على مستوى التعليم العالي.

وهذا ما يستدعي أن تستجيب الخدمات والأنشطة السياحية لمقاييس النوعية والتصنيف والاستغلال المنصوص عليها في التشريع.<sup>2</sup>

- **الترقية والإعلام السياحي:** تعتبر الترقية السياحية كل عمل إعلامي واتصالي موجه لتثمين القدرات السياحية قصد استغلالها التجاري، وتتضمن على وجه الخصوص دراسات السوق وبرامج الاتصال وتلجأ إلى مختلف أشكال التسويق مثل المعارض والمنشورات ووسائل الإعلام المتخصصة. وفي هذا الصدد ضرورة إنشاء بنك معطيات خاص بالقطاع السياحي، كما يجب أن يتمحور العمل الإعلامي في مجال السياحة حول ترقية المؤهلات السياحية والثقافية والطبيعية التي تزخر بها البلاد وكذا حول تعزيز فرص الاستثمار والشراكة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع سبق ذكره، ص 6.

<sup>2</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع نفسه، ص 7-8.

<sup>3</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع نفسه، ص 8.

### 2.1.1. الأحكام القانونية المتعلقة بالاستعمال والاستغلال السياحيين للشواطئ في الجزائر وفق القانون (02-03):

يهدف القانون 02-03 إلى ما يلي:

- أ. حماية وتممين الشواطئ قصد استفادة المصطافين منها بالسباحة والاستحمام والخدمات المرتبطة بها؛
- ب. توفير شروط تنمية منسجمة ومتوازنة للشواطئ تستجيب لحاجات المصطافين من حيث النظافة والصحة والأمن وحماية البيئة؛
- ج. تحسين خدمات الإقامة.<sup>1</sup>

• المبادئ العامة: وضع القانون جملة من المبادئ أهمها ما يلي:

- يخضع استغلال الشواطئ لحق الامتياز حسب دفتر شروط يحدد المواصفات التقنية والإدارية والمالية للامتياز؛
- يكون الدخول إلى الشواطئ دون مقابل ويتم الإعلان عن مجانية الدخول في لوحات إعلامية واضحة تصنعها مصالح البلدية؛
- يكون الانتفاع بالتجهيزات والخدمات المقدمة للمصطافين من طرف المستغل بمقابل؛
- يمنع فتح الشاطئ للجمهور عندما يتسبب استغلاله في إتلاف منطقة محمية أو موقع إيكولوجي؛
- يخضع الاستغلال السياحي للشواطئ إلى المواصفات القانونية لمخطط التهيئة المعد طبقا للشكل العام للشاطئ وتوزيع مختلف مناطق النشاط.<sup>2</sup>

• شروط وكيفيات استغلال الشواطئ:

- فتح الشواطئ للسباحة: على شرط أن تخضع الشواطئ المفتوحة للسياحة للشروط التالية:
  - ✓ أن تفتح الشواطئ المرخص لها قانونيا لذلك؛
  - ✓ أن تكون قابلة ماديا للاستعمال؛
  - ✓ إلا تكون ضمن الأملاك المحاذية للأملاك العسكرية أو للأملاك العمومية المخصصة لأغراض الدفاع الوطني؛
  - ✓ يجب أن يكون كل شاطئ مفتوح للسياحة، محددًا ومتوفرًا على مخطط تهيئة تراعي فيه مختلف الأماكن المشغولة والمرافق والتجهيزات ومختلف الاستعمالات بما فيها جزء أو أجزاء غير خاضعة للامتياز؛

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع سبق ذكره، ص 9.

<sup>2</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع نفسه، ص 10.

✓ يخصص فتح الشواطئ بقرار من الوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح لجنة ولائية تنشأ لهذا الغرض.

- شروط وكيفيات استغلال الشواطئ: يتم الاستغلال السياحي للشواطئ المفتوح للسياحة وفق نظام الامتياز عن طريق المزايدة المفتوحة، ويمنح بصفة أولية إلى المؤسسات الفندقية المصنفة بالنسبة إلى الشواطئ التي تكون امتدادا لها، طبقا للتنظيم المعمول به، كما يلزم صاحب الامتياز بالقيام شخصيا باستغلال الشاطئ محل الامتياز، وهذا الأخير يمكن أن يستغل من قبل مستغل واحد أو أكثر بحكم شساعته وطبقا لمخطط تهيئته.

ويقع على عاتق صاحب الامتياز كل الأمور المتعلقة بتهيئة الشاطئ وصيانة ملحقاته والتجهيزات قصد استغلالها السياحي، كما يقع على عاتق الدولة في إطار الامتياز تزويد المواقع بالوسائل العملية من مراكز إسعاف أولي ومراكز النجدة للحماية المدنية إضافة إلى ضبط حدود ومناطق السياحة ووضع معالمها.<sup>1</sup>

### 3.1.1. الأحكام القانونية المتعلقة بمناطق التوسع والمواقع السياحية في الجزائر وفق قانون 03-03:

يحدد هذا القانون مبادئ وقواعد حماية وتهيئة وترقية وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية والذي يهدف الى:

- أ. الاستعمال العقلاني والمنسجم للفضاءات والمراد السياحية قصد ضمان التنمية المستدامة للسياحة؛
- ب. إدراج مناطق التوسع والمواقع السياحية وكذا منشآت تنمية النشاطات السياحية في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم؛
- ت. حماية المقومات الطبيعية للسياحة؛
- ث. المحافظة على التراث الثقافي والموارد السياحية من خلال استعمال واستغلال التراث الثقافي؛
- ج. إنشاء عمران مهيباً ومنسجم ومناسب مع تنمية النشاطات السياحية والحفاظ على طابعه المميز.<sup>2</sup>

- المبادئ العامة: وهي كالتالي:

- يكتسب تحديد وتصنيف وحماية وتهيئة وترقية مناطق التوسع والمواقع السياحية وإعادة الاعتبار لها طابع المنفعة العمومية؛
- قصد تشجيع تنمية وحماية مناطق التوسع والمواقع السياحية تعد الدولة استراتيجيات وبرامج من شأنها إحداث آثار ايجابية على الاقتصاد الوطني؛
- يجب أن تكون تنمية وتهيئة مناطق التوسع والمواقع السياحية متطابقة مع التشريعات المتعلقة بحماية البيئة والساحل وبحماية التراث الثقافي عندما تحتوي هذه المناطق على تراث ثقافي مصنف؛

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع سبق ذكره، ص ص 10-11.

<sup>2</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع نفسه، ص 15.

- تمنع كل أشغال تهيئة أو استغلال مناطق التوسع والمواقع السياحية المخالفة لمخطط التهيئة السياحية، والقواعد المنصوص عليها في هذا القانون؛

- يمنع كل استعمال أو استغلال لمناطق التوسع والمواقع السياحية يؤدي إلى تشويه طابعها السياحي.<sup>1</sup>

● حماية وتهيئة وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية:

- حماية مناطق التوسع والمواقع السياحية: قصد الحماية والحفاظ على طابعها السياحي، يمكن تحديد أجزاء من الإقليم الوطني كمناطق توسع ومواقع سياحية ويرتكز تحديدها والتصريح بها وفقا لنتائج دراسات التهيئة السياحية والذي يخول لها طابع المناطق السياحية المحمية والتي تخضع إلى إجراءات حماية خاصة من نوعها؛

- تهيئة وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية: تتم هذه العملية وفق مواصفات مخطط التهيئة السياحية الذي تعده الإدارة المكلفة بالسياحة في إطار تشاوري ومصادق عليه عن طريق التنظيم بحيث يندرج هذا المخطط في إطار أدوات تهيئة الإقليم والعمران.

كما يقع على عاتق الدولة إعداد الدراسات وأشغال التهيئة وإنجاز المنشآت القاعدية لمناطق التوسع والمواقع السياحية وتقوم الوكالة الوطنية لتنمية السياحة بمهنة اقتناء وتهيئة وترقية وإعادة بيع أو تأجير الأراضي للمستثمرين داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية، المعدة لإنجاز المنشآت السياحية.<sup>2</sup>

● العقار السياحي:

- تشكيل العقار السياحي: يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية، ويضم الأراضي التابعة للأماكن الوطنية العمومية والخاصة.

يحق للدولة ممارسة حق الشفعة (حق التعويض) داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية عن طريق الوكالة الوطنية للتنمية السياحية على كل من العقارات والبناءات المنجزة ف إطار هذا القانون والمتواجدة داخل منطقة التوسع السياحي، وتكون موضوع نقل ملكية بعوض أو بدون. كما يمكن اقتناء العقار السياحي القابل للبناء لدى الخواص طبقا لاتفاق ودي بين الطرفين، وتباع الأراضي التابعة للأماكن السياحية والضرورية لإنجاز البرامج الاستثمارية المحددة في مخطط التهيئة السياحية للوكالة الوطنية للتنمية السياحية طبقا لاتفاق ودي. ويمكن للدولة أن تتخذ التدابير اللازمة لتدعيم أسعار العقار السياحي داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية.

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع سبق ذكره، ص 15.

<sup>2</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع نفسه، ص 15-16.

- مراقبة مطابقة المنجزات: وذلك دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول والمتعلقة بالتهيئة والتعمير، يجب أن يخضع بناء واستغلال الأراضي القابلة للبناء بمناطق التوسع والمواقع السياحية إلى مواصفات مخطط التهيئة السياحية حيث تسهر الدولة والجماعات الإقليمية على حماية وشمين مناطق التوسع والمواقع السياحية لاسيما على:

✓ محاربة الشغل اللا مشروع للأراضي والبناءات غير المرخصة قانونا وتتخذ في هذا الإطار إجراءات توقيف الأشغال، أو تهدم البناءات وإعادة المواقع إلى حالتها الأصلية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما؛

✓ استعمال مناطق التوسع والمواقع السياحية طبقا لطابعها؛

✓ تحييدي إجراءات حماية مناطق التوسع والمواقع السياحية وترقيتها قصد تنميتها؛

✓ فضلا عن الامتيازات المنصوص عليها في التشريع الساري المفعول في مجال الاستثمار، لاسيما القانون المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، تتخذ الدولة تدابير خاصة في إطار قوانين المالية لتشجيع ودعم الاستثمارات ذات الطابع السياحي.<sup>1</sup>

## 2.1. الأقطاب السياحية السبعة للامتياز في الجزائر (\*POT):

يتطلب تحقيق تحول الجزائر إلى بلد سياحي هيكلية أقطاب سياحية قوية للامتياز، إذ يتعين أن تسمح هذه الأقطاب بهيكلية الإقليم الجزائري والمساهمة بطريقة فعالة في تشكيل الصورة السياحية للجزائر وبروز وجهة الجزائر. ويقصد بالقطب السياحي تلك التوليفة في فضاء جغرافي معين للقرى السياحية للامتياز (تجهيزات، إيواء، وترفيه) بالتنسيق مع مشروع للتنمية الإقليمية، إذ يدمج الحاجيات الأولية للسكان المحليين والبعد الثقافي والإقليمي والتجاري ومنه واجهات رمزية لوجهة الجزائر لتكون وجهة سياحية مستدامة تنافسية، أصلية ونوعية مما أسفر عن سبعة أقطاب سياحية للامتياز (POT)، تروي هذه الأقطاب الإقليم الوطني، بحيث يتكون كل قطب سياحي عدة مكونات وفقا لقدرة وجاذبيته الإقليمية، الأمر الذي سمح بتعريف موضوعات رئيسية ومهيمنة تشكل علامة صورته الرئيسية كالآتي:

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية رقم 11، المرجع سبق ذكره، ص ص 17-18.

\* POT : Pôles touristiques d'excellence.

\* POT.N.E : Pôles touristiques d'excellence Nord-est

### 1.2.1. القطب السياحي للامتياز شمال شرق (POT.NE\*):

يتكون هذا القطب من ست ولايات هي: سكيكدة، قالمة، عنابة، الطارف، سوق أهراس، تبسة، يمتد على مساحة قدرها 80347 كلم<sup>2</sup>، عدد سكانه يقدر بـ 3.612.000 ساكن، وله أكثر من 300 كلم من الشواطئ و874000 هكتار من الغابات والسلاسل الجبلية يتراوح علوها بين 500 و1700م إضافة إلى عدة مواقع ثقافية وتاريخية وأثرية، كذلك يعد خزان من الحمامات المعدنية بأكثر من 30 منبع حموي، وشبكة هامة من منشآت المطارات والموانئ والسكك الحديدية والطرق الموجودة أو الجاري إنجازها وبرمجتها.<sup>1</sup>

كما يتوفر القطب على 18 منطقة للتوسع السياحي معلنه رسميا بمساحة 10000 هكتار، أما منتجات الصناعة التقليدية ميزها المرجان والفخار والزريرية، والخزف وصناعة السلال، إضافة إلى التظاهرات المحلية من أعياد وأيام المسرح، السينما والفلكلور، وتظاهرات أخرى مثممة للتراث المحلي ولباس المنطقة.

تتوفر المنطقة حاليا على حظيرة فندقية 8500 سرير وعلى عرض تقديري بـ 6000 سرير (فنادق خاصة في عنابة، سكيكدة، والطارف). وقد شرع في العديد من المشاريع للوصول إلى طاقة إيواء تقدر بـ 5965 سرير.

### 2.2.1. القطب السياحي للامتياز شمال وسط (POT.N.C\*\*):

يتكون القطب السياحي للامتياز شمال وسط من ست ولايات هي: الجزائر، تيبازة، البليدة، بومرداس، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية. ويتميز إقليم المنطقة الذي يضم الجزائر العاصمة بموقعه المركزي أي 51% من الساحل الجزائري، مساحة إجمالية 615 كلم، أي 33.877 كلم<sup>2</sup> حيث يتمركز السكان البالغ عددهم 11.131.000 ساكن يمثلون 31% من السكان الجزائريين بكثافة تقدر بـ 328 ساكن.

يتميز هذا القطب بتنوع التضاريس التي تتوزع بين السهول والسواحل، والأودية والجبال كالشريعة، بما قوراية تيكجدة، الظهرة، ولألا خديجة التي تمثل أعلى قمة في القطب وفي شمال الجزائر (2308م علو) كذلك الأطلس ألتلي الذي يصل علو قيمته إلى (2308م جبل جرجرة) ووجود حظائر وطنية مصنفة محميات عالمية للمناخ الحيوي هي الحظيرة الوطنية لجرجرة والشريعة ولقورايا. وهذا يرجع إلى المناخ المعتدل والأمطار الملحوظة والتساقط الدوري للثلوج مما يساهم في زيادة الموارد المائية السطحية والجوفية منها. كما يتميز القطب بثروة مؤكدة مرتبطة بالذات والعادات والصناعات التقليدية التي من أهمها: الحلي، النحاسيات، الطرز، الجلود والزخرفة..... كما يضم القطب 313 فندق (دائمة) بطاقة استيعابية 31952 سرير، و93 فندق (فصيلة) بطاقة استيعابية 41191 سرير منها 81 مؤسسة فندقية

<sup>1</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الأقطاب السياحية السبعة للامتياز (POT)، الكتاب الثالث، جانفي 2008، ص 5-10.

تضم 10700 سرير. لشاطئ طوله يبلغ 615 كلم. و385 وكالة للسياحة والأسفار (أي ثلث مجموع الحظيرة الحالية على المستوى الوطني) ويتوقع 31588 سرير.<sup>1</sup>

تتضمن المحفظة العقارية السياحية لهذا القطب فضاءات مخصصة أساسا للاستثمار والفندقة وعددها 68 محفظة معلنة وذلك بمساحة 12987 هكتار تتوزع طبيعتها حول 67 منطقة ذات طبيعة استجمامية وواحدة ذات طبيعة معدنية وطاقمة تقديرية بـ 16880 سرير، إضافة إلى ما توفره من 14940 منصب عمل غير مباشر.

أما من ناحية الاستثمار السياحي فقد تضمن القطب على 84 مشروع جاري التنفيذ بطاقة استيعابية 9629 سرير. من أصل 222 طلب مقدم، و59 مشروع متوقف بطاقة استيعاب 4318 سرير لأسباب مالية بدرجة الأولى.<sup>2</sup>

### 3.2.1. القطب السياحي للامتياز شمال غرب (POT.N.O):

والذي يتكون من سبعة ولايات: وهران، عين تيموشنت، تلمسان، مستغانم، معسكر، سيدي بلعباس وغيليزان، حيث تبلغ مساحة هذا القطب 35000 كلم<sup>2</sup> لـ 6.000.000 ساكن، يمتد طول الشاطئ على 400 كلم بالإضافة إلى 14 منطقة رطبة وعدد مماثل من السدود و50 ينبوع حموي كذا حوالي 300 موقع ثقافي، تاريخي واثري بحيث تحتوي ولاية تلمسان على أكبر مخزون أثري في البلاد (70% من التراث العربي الإسلامي)، و8 محطات للمياه المعدنية و37 منطقة للتوسع السياحي بمساحة عقارية قدرها 5000 هكتار .

كما يتميز القطب على 269 فندقا بطاقة استيعاب في حدود 22000 سرير أي 26% من الحظيرة الوطنية من بينها 196 فندق (تمثل حوالي 18000 سرير تقع في منطقة الساحل)، بالإضافة إلى 112 وكالة سياحية سفر.

- الطريق العريض لوهران على مسافة 22 كلم.

- الطريق السريع وهران. عين تيموشنت.<sup>3</sup>

### 4.2.1. القطب السياحي للامتياز جنوب شرق "الواحات" (POT.S.E\*):

يتكون هذا القطب من ثلاثة ولايات هي: غرداية، بسكرة، والوادي، تتميز هذه المناطق بالتكوين الكثبان والأراضي الحجرية الجافة وشبه الجافة للأطلس الصحراوي ويمتد هذا القطب على مساحة تقدر بـ 160.000 كلم<sup>2</sup> ويحتضن سكان يقدر عددهم بـ 1.5 مليون ساكن كذلك تعتبر غرداية بوابة الدخول للصحراء، لذا يعد قطب اثري

\*\* POT.N.C : Pôles touristiques d'excellence Nord-Centre

<sup>1</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المرجع سبق ذكره، ص 26-32.

<sup>2</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المرجع نفسه، ص 39-42.

<sup>3</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المرجع نفسه، ص 60-66.

بمنظره الصحراوية والواحاتية وعادات وتقاليد ميزابية وتراث تاريخي روماني "بسكرة" وعربي إسلامي "سيدي عقبة" ومحطات للحمامات المعدنية. حمام الصالحين بسكرة، منحرجات القنطرة... الخ.<sup>1</sup>

### 5.2.1. القطب السياحي للامتياز جنوب غرب-توات القرارة (POT.S.O):\*\*

يتكون القطب من ولايتين هما إدرار وبشار، ويمتد هذا القطب على مساحة تقدر بـ 603.000 كلم<sup>2</sup> ويضم سكان يقدر عددهم بحوالي 900.000 ساكن ويعد هذا القطب فضاء جديد نشيط يستدعي الدعم السياحي. بحيث تحتوي مجموعة من التقاليد والممارسات الثقافية والحرف التقليدية، نقوش صخرية (2000 سنة قبل الميلاد)، كثبان رملية بارتفاع يفوق الـ 100م 294 قصر بواحة النخيل، قلعة حمادة ملوكه. إضافة إلى أضرحة لما قبل ظهور الإسلام قبور وشواهد جنائزية كذلك يلتمس تأثير الحضارة الإسلامية في العمران ونمط الحياة والفنون الشعبية في الصحراء.

ومن المشاريع القائمة في القطب يذكر 3 مطارات: القرارة (تميمون)، شيخ سيدي محمد الكبير (إدرار)، وفنادق توات 120 سرير بأدرار، القرارة 192 سرير تميمون. ومشروع برنامج الأمم المتحدة للتنمية. دعم للتنمية المحلية المتكاملة ويندرج المشروع في إطار برنامج اليونسكو "صحراء الثقافات والشعوب"، ويتضمن:

أ. شبكات سياحية؛

ب. جزء للتراث الروحي الصحراوي؛

ج. ورشات حول التكوين على البيئة؛

د. إعادة الاعتبار للسكنات التقليدية؛

هـ. إنشاء أقطاب اقتصادية للتراث حول الحظائر الثقافية.<sup>2</sup>

### 6.2.1. القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير ناخر (POT.G.S):\*\*

يقع القطب أساسا في ولاية البيزي ويتميز بوجود الحظيرة الوطنية للطا سيلبي المصنفة تراثا عالميا من طرف اليونسكو يمتد على مساحة تقدر بحوالي 284618 كلم<sup>2</sup> ويحتضن حوالي 40.000 ساكن. وأهم ميزة ماثلة في منطقة التوسع السياحي بجانيت ووجود 6 ينابيع للحمامات المعدنية وبالنسبة للمشاريع الجاري إنجازها سيقدم الـ 1600 سري المنتظر في شكل خيم، أكواخ، مخيمات وبنائات مشيدة بمواد بناء محلية تنسجم مع الهندسة المعمارية المحلية للحفاظ على التراث الأثري والثقافي والطبيعي للمنطقة.

\*POT.S.E: Pôles touristiques d'excellence sud-est.

\*\*POT.S.O: Pôles touristiques d'excellence sud-ouest.

<sup>1</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المرجع سبق ذكره، ص ص 76-83.

<sup>2</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المرجع نفسه، ص ص 87-92.

أ. بناء ثلاثة فنادق بطاقة إيواء 300 سرير؛

ب. إنجاز 5 مخيمات بطاقة إيواء 250 سرير،

ج. إنشاء دار الطاسيلي ناجر؛

د. إنشاء قرية حرفية.<sup>1</sup>

### 7.2.1. القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير - الهقار (POT.G.S)\*:

يتمحور هذا القطب حول تمنراست، يمتد على مساحة تقدر بحوالي 456200 كلم<sup>2</sup>، ويقطن به حوالي 137175 ساكن ويعبر جبل الهقار، أهنت، طاسيلي الهقار كما تحتوي على مناطق أثرية تعود إلى 600.000 سنة. كما يمكن أن يعتمد القطب في إطار تنميته على وجود شبكة هامة من الطرق (الطريق العابر للصحراء)، ومطار مصنف دوليا ( تمنراست ، عين صالح وعين قزام )، وشبكات طرق بصدد الانجاز أو مبرمجة ومنطقتان للتوسع السياحي في تمنراست، إضافة إلى مجموع المشاريع الاستثمارية من قرى سياحية (\*\*VTE) والحظائر الايكولوجية والسياحة<sup>2</sup>.

\*POT.G.S: Pôles touristiques d'excellence Grand-sud.

\*POT.G.S: Pôles touristiques d'excellence Grand-sud.

<sup>1</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المرجع سبق ذكره، ص ص 98-102.

<sup>2</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المرجع نفسه، ص ص 107-109.

## 2. تشخيص وتحليل واقع السياحة في الجزائر:

## 1.2. القدرات والإمكانيات السياحية الطبيعية، التاريخية، والثقافية للجزائر:

تجمع الجغرافيا والتاريخ في الجزائر لتعطي المنطقة أصولا سياحية هائلة، خلافا لأغلب الوجهات السياحية العالمية، يمكن لهذه الموارد لو استغلت بعقلانية ورشاد أن ترقى بالبلاد لتصبح من بين أهم وأروع المقاصد السياحية في العالم بأسره.

## 1.1.2. الإمكانيات الطبيعية:

تتوفر الجزائر على الإمكانيات والمقومات الطبيعية التي تساعد على تطوير النشاط السياحي بها، من تنوع بيئي ومناخي فريد من نوعه بالعالم بالمناطق السياحية، بساطا اخضر كثيف بالهضاب العليا وجمال استثنائي بمنطقة الصحراء، فهي تحوز على:

أ. الشريط الساحلي: يمتد الشريط الساحلي الجزائري من واد كيس ببلدية مرسى بن مهدي ولاية تلمسان في الحدود الجزائرية المغربية غربا، إلى واد سواني السبع ببلدية الصواريخ ولاية الطارف في الحدود الجزائرية التونسية شرقا، مارا على 420 بلدية ساحلية، وهو مكون من حزام ارضي عرضه الأدنى 800 متر، ومن مجموعة من الجزر والجزر الصغيرة، والأجراف القارية، وقد اكتشف بان طول الساحل ليس بـ 1200 كلم وهو الرقم الموروث عن الاستعمار الفرنسي، بل تجاوزه بـ 422 كلم ليصبح<sup>1</sup>:

- طول الشريط الساحلي: 1622.48 كلم؛
- على امتداد خطي يقارب: 2198.44 كلم؛
- مساحته الأرضية: 3929.41 كلم<sup>2</sup>؛
- الجزء البحري منه يقدر بـ 31927.41 كلم<sup>2</sup>.

ب. الحظائر الوطنية والمساحات الخضراء: صنفت هذه الحظائر لحماية العينات الممثلة لتنوع المناظر الطبيعية والغابات والنباتات والحيوانات التي تنفرد بها الجزائر، حيث تتواجد 10 حظائر وطنية تحت وصاية وزارة الفلاحة (عن طريق المديرية العامة للغابات)، ووزارة الثقافة<sup>2</sup>. الهدف منها:

- الحفاظ على الحيوانات، النباتات، والتربة، وما في باطن الأرض، الغلاف الجوي والمياه، ورواسب المعادن والحفريات؛

<sup>1</sup> الموقع الرسمي لوزارة تهيئة الإقليم والبيئة: [www.mate.gov.dz](http://www.mate.gov.dz)

<sup>2</sup> القرار رقم 458/83، الصادر بتاريخ 1983/07/23، المتعلق بالقانون الأساسي النموذجي للحظائر الوطنية في الجزائر، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 31، 1983، ص 1982.

● الحفاظ على أي تنوع نادر خارج عن المؤلف يثير الانتباه، كالمواقع التاريخية والتشكيلات الصخرية الاستثنائية، وأنقاض وبقايا النقوش على الصخور؛

● الحفاظ على مناطق من أي تدخلات صناعية وأثار التفهقر والتدهور الطبيعي، التي من شأنها أن تتأثر على مظهرها وتكوينها وتطورها.

ج. الصحراء: عبارة عن هضبة شبه مستوية تتربع على ما يفوق 2 مليون كلم<sup>2</sup>، أي ما يعادل أربع أخماس المساحة الكلية للبلاد، تتميز برمالها اللامتناهية وجبالها الغرانيتية والبركانية، وواحاتها الخلابة المتناثرة عبر مناطقها، وبغابات النخيل والترية الخصبة وكتبان رملية وهضاب صخرية وسهول حجرية ممتدة في ولايات الجنوب على غرار بسكرة، غرداية ورقلة وتمنراست، أدرار وغيرها.

وتعتبر الصحراء الجزائرية من أكبر الصحاري في العالم الغنية جدا بالشواهد الطبيعية والتاريخية التي تمثل الذاكرة المحفوظة للمنطقة وللحضارات المتعاقبة عليها. فالصحراء الجزائرية الشاسعة وما تملكه من إمكانيات سياحية هائلة جعل منها وجهة سياحية مطلوبة في السوق السياحي الدولي الذي أدرك مدى جاذبيتها.<sup>1</sup>

د. الحمامات المعدنية: تعتبر الجزائر من البلدان التي تحتوي على عدد كبير من المنابع الحرارية على المستوى العالمي فهي تزخر بعشرات الأحواض والحمامات المعدنية الطبيعية، يمكن الاعتماد عليها في بناء قاعدة متينة لسياحة حمامات معدنية، ويعد استعمال مياه هذه المنابع في الجزائر تقليدا يضرب بجذوره إلى عهد الرومان الذين اهتموا بالمصادر الحرارية والمعدنية فيها منذ آلاف السنين.<sup>2</sup>

حيث تزخر الجزائر بعدد كبير من الأحواض والحمامات المعدنية الطبيعية التي يمكن الاعتماد عليها في إطلاق عرض سياحي حموي مميز، إضافة إلى فرص الهائلة المتوفرة للاستثمار في الشريط الساحلي من خلال إقامة مراكز للمعالجة بمياه البحر،<sup>3</sup> وتمتلك الجزائر 8 محطات معدنية عمومية ذات طابع وطني ذات مرافق استقبال، ومعدات كافية، وإشراف طبي على يد أطباء مؤهلين وفق الأساليب العلمية لتقديم الرعاية الطبية للأفراد القاصدين إليها. مسيرة من قبل الشراكة الجزائرية للحمامات المعدنية:

● حمام بوغرارة في ولاية تلمسان؛

● حمام بوحجر في ولاية عين تيموشنت؛

● حمام بوحنيفة في ولاية معسكر؛

<sup>1</sup> مقال بعنوان الجزائر الحظائر الوطنية متوفر على الموقع: [www.algerie.monde.com](http://www.algerie.monde.com).

<sup>2</sup> مقال بعنوان الجزائر الحظائر الوطنية متوفر على الموقع: [www.rahkala.net](http://www.rahkala.net).

<sup>3</sup> مقال بعنوان الحمامات المعدنية بالجزائر مقصد السياح من كل مكان، يومية الشرق الأوسط، العدد 10291، السعودية، 31 جانفي 2007.

- حمام ريغة في ولاية عين الدفلة؛
- حمام قرقور في ولاية سطيف؛
- حمام الصالحين في ولاية بسكرة؛
- حمام ربي في ولاية سعيدة؛
- حمام مسخوطين في ولاية قلمة.

### 2.1.2. الإمكانيات التاريخية والثقافية:

إن المعالم التاريخية التي تنفرد بها الجزائر جعلتها مهدا للحضارة الإسلامية، وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي الإفريقي، فالمعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عظمة الحضارات المتعاقبة من الأمازيغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية، والرومانية وأخيرا الحضارة الإسلامية التي فرضت نفسها على التاريخ.<sup>1</sup> ومن تلك المعالم نذكر ما قد صنف من طرف اليونسكو، وهي:<sup>2</sup>

أ. تيمقاد: تقع على بعد 37 كلم من مدينة باتنة، تم إنشاءها من طرف الإمبراطور ترجان عام 100م على طريق روماني يصل بين مدينتي لاماز وتبسة؛

ب. جميلة: تقع بسطيف وهي من أقدم المدن الرومانية بالجزائر، تتشابه في تصميمها مع تصميم تيمقاد؛

ج. تيبازة: من المدن الرومانية العتيقة؛

د. المتحف الوطني سيرتا: بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر، أنشأ لجمع الأعداد الكبيرة من الحفريات

التي تم اكتشافها بالمدينة الخاصة، وعلى مستوى منطقة الشرق ككل؛

هـ. قصر ميزاب: بغرداية يعود تاريخ بناءه إلى القرن العاشر ميلادي وما يميز هذا الموقع قيمته الجمالية، إذ تحيط به

خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي، وهي عبارة عن قرى محصنة ذات هندسة بسيطة.

### 2.2. تحليل متغيرات العرض والطلب السياحي في الجزائر:

#### 1.2.2. تحليل متغيرات العرض السياحي:

أ. تطور توزيع طاقات الإيواء حسب درجة التصنيف: تمثل طاقات الإيواء القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية

وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة السياحية المضييفة، وتعد الطاقة الفندقية أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم هذا القطاع في بلد معيّد.

<sup>1</sup> المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16، نوفمبر 2000.

<sup>2</sup> الدليل الاقتصادي والاجتماعي، (1989): المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، ص 339.

## الجدول رقم 3-1: توزيع طاقات الإيواء حسب درجة التصنيف للفترة 2010-2017

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
*5	4823	4823	4242	4242	4242	4242	6734	6734
*4	1600	1600	1600	1600	1800	1800	2810	4508
*3	5775	5775	5775	5775	5829	5829	7045	5678
*2	3743	4605	4605	4605	4605	4605	4425	4565
*1	8407	8407	8407	10639	10639	11295	11295	11335
غير مصنفة	68029	68811	72269	71943	72490	74437	55380	59713
المجموع	92377	94021	96898	98804	99605	102244	107420	92533

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية التخطيط والإحصاء، التقرير السنوي 2017.

من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ وجود تطور ملحوظ في توزيع طاقات الإيواء حسب درجة التصنيف، علما أن هذه الأخيرة كلما زادت كلما ارتفعت معها درجة تقديم الخدمات الفندقية. والملاحظ أنه في الفترة الممتدة من سنة 2010 إلى غاية 2013، ثبات طاقات الإيواء على مستوى الدرجة الخامسة 4242 سرير وعلى مستوى الدرجة الرابعة 1600 سرير، وكذا الدرجة الثالثة والثانية 5775 و4605 على التوالي. أما الفترة الممتدة من سنة 2013 إلى غاية سنة 2017 كان الاهتمام بزيادة طاقات الإيواء على مستوى الدرجة الخامسة 6734 سرير والدرجة الأولى 11335 سرير على التوالي بالنسبة للإيواء المصنف. أما الحصص الأكبر فترتكز بشكل ملحوظ في الإيواء الغير مصنف من الفترة 2010 إلى الفترة 2015 بـ 74437 سرير ومن الفترة 2015-2017 نلاحظ تراجع العدد إلى 59713 سرير. كما نلاحظ سيطرة الفنادق ذات ثلاث نجوم من 2010-2016 والتي تناسب خدماتها وأسعارها كل فئات السياح.

ب. طاقات الإيواء حسب نوع المنتج:

الجدول رقم 3-2: توزيع طاقات الإيواء حسب نوع المنتج السياحي للفترة 2010-2017

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
حضري	52085	53122	54186	55988	61012	62479	66155	69861
شاطئ	31322	30253	29886	29886	27962	30830	30500	31326
صحراوي	3770	4316	5954	6058	4547	3636	4780	4928
حمام معدني	4111	4925	5467	5467	4259	3866	4102	4266
مناخي	1089	1405	1405	1405	1825	1883	1883	1883
المجموع	92377	94021	96898	98804	99605	102244	107420	112264

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية التخطيط والإحصاء، التقرير السنوي 2017.

يوضح الجدول السابق توزيع طاقات الإيواء في الجزائر حسب نوع المنتج للفترة 2010-2017، حيث نجد أن طاقات الإيواء في هذا التوزيع في تزايد ملحوظ خلال فترة الدراسة، إذ أن الإيواء حسب نوع المنتج تركزت في الفنادق الحضرية قدرت في سنة 2010 بـ 52085 وبدأت في التزايد تدريجياً إلى أن وصلت سنة 2017 ما قيمته 69861، أي بنسبة 61.58%، إذن يتضح أن طاقات الإيواء حسب المنتج الحضري احتلت الصدارة مقارنة بالشاطئي الذي يليها في المرتبة الثانية بنسبة 28.39% ليتصدر كل من المنتج الصحراوي والحموي والمناخي المراكز الأخيرة بنسب تقدر بحوالي 4.44%، 1,75% و3.81% على التوالي من إجمالي الطاقة الاستيعابية لهاته الفنادق. وهي نسب ضئيلة مقابل ما تزخر به الجزائر من ثروات وحمامات معدنية، وهذا ما لا يتناسب مع مختلف المنتجات السياحية المتوفرة وهياكل الاستقبال المخصصة لها التي اقل ما يقال عنها أنها لا ترتقي إلى مستوى الخدمات السياحية الكافية المطلوبة لجعل وجهة الجزائر وجهة سياحية.

ج. طاقات الإيواء حسب الشكل القانوني:

الجدول رقم 3-3: توزيع طاقات الإيواء تبعا للشكل القانوني للفترة 2010-2017

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
العمومي	15597	15597	18613	18613	18613	18613	18613	18613
الخاص	71184	72420	72407	74313	74744	77383	82301	87145
الجماعات المحلية	5596	6004	5878	5878	6248	6248	6506	3134
المجموع	92377	94021	96898	98804	99605	102244	107420	108892

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية التخطيط والإحصاء، التقرير السنوي 2017.

نلاحظ من خلال جدول توزيع طاقات الإيواء حسب الشكل القانوني للفترة 2010-2017، إن طاقات الإيواء المنجزة من طرف القطاع العمومي كانت ثابتة من الفترة 2010-2011 حيث قدرت بـ 15597 سرير ثم وصلت إلى 18613 من الفترة 2012 إلى غاية 2017، حيث شهدت ثبات في هذه الفترة مقارنة بما سجله القطاع الخاص من الفترة 2010-2015 فقدّر بـ 71184 في 2010، ووصل 77383 في 2015. هذا الأخير عرف نموا متزايدا ليصل إلى 87145 سنة 2017. أما الجماعات المحلية تأتي بعد القطاع العمومي إذ بلغت سنة 2017، 3134 بعد أن كانت سنة 2010/5596.

من هنا نلاحظ أن الدولة الجزائرية تشجع القطاع الخاص في الاستثمار في قطاع الفنادق والإيواء، وذلك على حساب القطاع العام لعدم وجود منافسة والارتفاع في القطاع الخاص يعود أساسا إلى برامج الخوصصة، وتوجه المستثمر الخاص نحو القطاع السياحي وهذا ما يتماشى مع السياسة السياحية الجديدة.

2.2.2. واقع الطلب السياحي في الجزائر:

أ. تطور عدد السياح الوافدين:

الجدول رقم 3-4: تطور تدفقات السياح إلى الجزائر للفترة 2010-2017

السنوات	2010	2011	2012	2013
عدد السياح	2176240	2437389	2742063	3098531
السنوات	2014	2015	2016	2017
عدد السياح	4173584	4216712	4320180	4423648

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية التخطيط والإحصاء، التقرير السنوي 2017.

من خلال الجدول المدون أعلاه، نلاحظ تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر في السنوات الأخيرة . حيث كان بلغ عدد السياح 2176240 سنة 2010 ثم بقي في التزايد تدريجيا إلى أن وصل عدد السياح 4423648 سنة 2017. أي عدد السياح يتزايد سنويا.

ب, تطور عدد الليالي السياحية:

### الجدول رقم 3-5: تطور الليالي السياحية للفترة 2010-2017

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الليالي لغير المقيمين	754	845	936	994	837	839	589	735
الليالي للمقيمين	5141	5435	5703	2926	6215	6307	3730	3688
المجموع	5895	6280	6639	6920	7052	7146	4319	4423

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية التخطيط والإحصاء، التقرير السنوي 2017.

من خلال الجدول رقم 3-5، يتضح أن عدد الليالي السياحية في تطور، حيث بلغت هذه الأخيرة عام 2010 بالنسبة لليالي لغير المقيمين 754 ليلة. و بقيت في التزايد إلى غاية سنة 2013 فكانت 994 ليلة. بعد هذه السنة بدأت في التراجع إلى أن بلغت 735 سنة 2017. أما بالنسبة لليالي للمقيمين فكانت عدد الليالي سنة 2010 5141 ليلة ثم بدأت في التزايد تدريجيا إلى غاية سنة 2015 فكانت 7146، بعد هذه السنة تراجعت إلى أن وصلت 4423 سنة 2017.

### 3.2. تنافسية القطاع السياحي في الجزائر:

يعد القطاع تنافسي، كل قطاع تكون فيه مؤسسته قادرة على التصدي للمنافسة سواء المحلية الداخلية أو الأجنبية الخارجية، من خلال المحافظة على حصتها من السوق والعمل وعلى تنميتها باستمرار، كما يمكن قياس تنافسية القطاع بنمو الحصة السوقية له ومقارنتها بباقي القطاعات المنافسة الأخرى، مع تحقيق عوائد عالية أعلى من المتوسط بوجود منافسة حرة، على أن تكون إنتاجية عناصره أكبر من إنتاجية عناصر منافسيه ومستوى تكاليف الوحدة الواحدة المنتجة تساوي أو أقل من مستوى تكاليف الوحدة لدى المنافسين.

والجدول التالي يوضح ترتيب الجزائر عالميا وعربيا ضمن مؤشر التنافسية العالمي خلال الفترة 2010-2017، مع الإشارة إلى أن زيادة المرتبة تعني تراجعا في الترتيب.

الجدول رقم 3-6: ترتيب الجزائر عالميا وعربيا ضمن مؤشر تنافسية العالمي خلال الفترة 2010-2017

الدرجة	دوليا		عربيا		السنة
	عدد الدول	الترتيب	عدد الدول	الترتيب	
4	139	86	15	11	2011-2010
4	142	87	15	10	2012-2011
3.7	144	110	14	11	2013-2012
3.8	148	100	15	10	2014-2013
4.1	144	79	15	9	2015-2014
4.0	140	87	13	9	2016-2015
4.0	138	87	14	9	2017-2016

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على:

World Economic Forum, the global competitiveness report, (2010-2011), (2011-2012), (2012-2013), (2013-2014), (2014-2015), (2015-2016), (2016-2017).

نلاحظ أن الجزائر وحسب مؤشر التنافسية العالمي أنها احتلت في ترتيبها لسنة (2010-2011) المرتبة 86 من بين 139 دولة، حيث حققت 4 درجات. كما احتلت الجزائر سنتي (2012-2013) مراتب متأخرة 110 و100 من بين 144 و148 دولة متراجعة بـ 23 و13 مرتبة حيث انخفضت درجة المؤشر بـ 0.3 و0.2 درجة على التوالي مقارنة بسنة 2011. وفي سنة 2014 احتلت الجزائر المرتبة 79 عالميا من بين 144 دولة متقدمة بـ 21 مرتبة وذلك بتحقيق 401 درجة من أصل 7 درجات أي بارتفاع 0.3 درجة مقارنة بسنة 2013. إلا أنها تراجعت إلى المرتبة 87 عالميا من بين 140 و138 دولة في التقريرين لسنة 2015 و2016 على التوالي أي تراجع ترتيبها بـ 8 مراتب وانخفضت درجة المؤشر بـ 0.1 درجة مقارنة بسنة 2014 وبمقارنة الجزائر مع الدول العربية المدرجة ضمن مؤشر التنافسية العالمي خلال الفترة 2010-2017 نجد أنها احتلت مراتب متأخرة عالميا، حيث جاءت في المرتبة 11 عربيا سنتي 2010-2011 من بين 15 دولة وجاءت في المرتبة 10 و11 عربيا سنة 2011-2012 على التوالي ثم احتلت المرتبة 9 عربيا خلال السنوات الأخيرة من 2014-2017 من بين 15 و13 و14 دولة عربية على التوالي.

وبالتالي المراتب التي حققتها الجزائر ضمن مؤشر التنافسية العالمي خلال الفترة 2010-2017 تدل على ضعف

تنافسيته سواء على المستوى العالمي أو حتى على المستوى العربي.

الجدول رقم 3-7: ترتيب الجزائر في المحاور الرئيسية ضمن مؤشر التنافسية العالمي خلال الفترة

2017-2010

2017-2016		2016-2015		2015-2014		2014-2013		2013-2012		2012-2011		2011-2010		السنة
المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المرتبة	القيمة	المحاور الرئيسية
88	4.3	82	4.4	65	4.6	92	4.3	89	4.2	75	4.4	80	4.3	المتطلبات الأساسية
99	3.5	99	3.5	101	3.4	141	2.7	141	3.1	127	3.1	98	3.5	المؤسسات
100	3.3	105	3.1	106	3.1	100	3.2	100	3.4	93	3.4	87	3.5	البنية التحتية
63	4.8	38	5.3	11	6.4	23	5.7	23	5.7	19	5.7	57	4.8	الاقتصاد الكلي
73	5.7	81	5.6	81	5.6	92	5.4	93	5.4	82	5.5	77	5.6	الصحة والتعليم الأساسي
110	3.6	117	3.4	125	3.3	133	3.2	136	3.1	122	3.4	107	3.5	محافظات الكفاءة
96	3.9	99	3.7	98	3.7	108	3.4	108	3.4	101	3.5	98	3.6	التعليم العالي والتدريب
133	3.5	134	3.5	136	3.5	143	3.0	143	3.4	134	3.4	126	3.6	كفاءة سوق السلع
132	3.2	135	3.2	139	3.1	144	2.8	144	3.4	137	3.4	123	3.7	كفاءة سوق العمل
132	2.9	135	2.8	137	2.7	143	2.6	142	2.4	137	2.6	135	2.8	تطور السوق المالية
108	3.1	126	2.6	129	2.6	133	2.6	133	2.6	120	2.8	106	3.0	الجاهزية التكنولوجية
36	4.7	37	4.7	47	4.4	48	4.4	49	4.3	47	4.3	50	4.3	حجم السوق
119	3.1	124	3.0	133	2.9	143	2.6	144	2.3	136	2.7	108	3.0	عوامل تطور الإبداع والابتكار
121	3.3	128	3.3	131	3.2	144	2.9	144	2.5	135	2.9	108	3.3	تطور بيئة الأعمال
112	2.9	119	2.8	128	2.6	141	2.4	141	2.1	132	2.4	107	2.8	الابتكار

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على:

World Economic Forum , the global competitiveness report , (2010-2011), (2011-2012), (2012-2013), (2013-2014), (2014-2015), (2015-2016), (2016- 2017).

## 1.3.2. المتطلبات الأساسية:

من خلال الجدول يلاحظ أن الجزائر عرفت تقدما ضئيلا ب14 و17 مرتبة سنة 2011 مقارنة بسنة 2010 ثم تراجعت ب14 و17 مرتبة سنتي 2012 و2013 على التوالي مقارنة بسنة 2011. وقد تحسن ترتيب الجزائر في هذه المجموعة خلال سنة 2014 ب27 مرتبة مقارنة بسنة 2013 ثم تراجع من جديد ب17 و23 مرتبة سنتي 2015-2017 والسبب يعود إلى تدني ترتيب اغلب محاور هذه المجموعة والمتمثلة فيما يلي:

أ. المحور الأول: المؤسسات: تراجع هذا المحور ب29 و43 مرتبة سنتي 2011 و2012 على التوالي مقارنة ب 2010. ثم تقدم ب 6 مراتب سنة 2013 مقارنة بسنة 2012. وقد عرف بعد ذلك تحسنا ملحوظا بحيث تقدم ب 34 مرتبة سنة 2014 و36 مرتبة سنة 2015 إلى 2017 على التوالي مقارنة بسنة 2013 ويعود هذا التحسن إلى تقدم ترتيب بعض مؤشرات الفرعية ما بين سنة 2013-2017 منها: مؤشر كفاءة الإطار القانوني لتسوية المنازعات كما تحسن ترتيب المؤشرات الخاصة بوجهة نظر قادة الأعمال حول كلفة الإرهاب والجريمة وكلفة الجريمة وأعمال العنف على الأعمال 36 و51 و31 مرتبة على التوالي، في حين تراجعت مرتبة مؤشر قوة المستثمرين 64 مرتبة، إلا أنه بالرغم من تحسن ترتيب الجزائر مؤخرا في اغلب المؤشرات التي تندرج ضمن محور المؤسسات فما زالت بعيدة كل البعد عن المراتب المتقدمة مقارنة مع الدول الأخرى.

ب. المحور الثاني: البنية التحتية: جاء ترتيب الجزائر ضمن هذا المحور متأخرا مما يدل على ضعف بنيتها رغم كل الانجازات المبذولة من أجل تطويرها، حيث تراجع بحوالي 24 مرتبة ضمن تقرير التنافسية العالمي 2014. ثم عرف تقدما طفيفا قدر ب 1 و6 مراتب في التقرير لسنة 2015 و2016 مقارنة بسنة 2014. ويعود سبب ضعف هذا المؤشر إلى تأخر ترتيب اغلب مؤشرات الفرعية حيث حازت في آخر تقرير للتنافسية العالمي 2016-2017 على المرتبة 101 في مؤشر جودة الطرق، المرتبة 57 في مؤشر جودة البنية التحتية للسكك الحديدية، المرتبة 105 في مؤشر جودة البنية التحتية للموانئ، المرتبة 117 في مؤشر جودة البنية التحتية للنقل الجوي، المرتبة 92 في مؤشر نوعية خدمات توريد الكهرباء، المرتبة 77 في مؤشر بنية اشتراكات الهاتف النقال لكل 100 مستخدم وهذا ما بين 138 دولة مدرجة ضمن التقرير.

ج. المحور الثالث: الاقتصاد الكلي: نلاحظ أنه في سنة 2010-2011 كان في المرتبة 57 بقيمة 4.8، ثم تقدم سنة 2011-2012 مقارنة بسنة 2010، وتراجع سنة 2012-2013 فكانت المرتبة 23 بقيمة 5.7 مقارنة بسنة 2011، ثم عاد وتقدم سنة 2014 مقارنة بسنة 2013 ثم تراجع مرة أخرى، ويعود ذلك إلى تراجع ترتيب

مؤشرات الفرعية بين سنتي 2014-2017، حيث تراجع مؤشر رصيد الميزانية الحكومية بشكل لافت قدر بـ 115 مرتبة، وتراجع مؤشر الادخار الإجمالي بـ 6 مراتب. وفيما يخص مؤشر التصنيف الائتماني فقد تراجع بـ 4 مراتب.

**د. المحور الرابع: الصحة والتعليم:** احتلت الجزائر الرتبة 77 بتنقيط 5.6 سنة 2010 و82 بتنقيط 5.5 أي عرفت تراجعا في الترتيب. ثم عرف هذا المؤشر تقدما ملحوظا ضمن تقرير التنافسية العالمي بين (2012-2017)، إذ تمكنت الجزائر من إحراز تقدم ملحوظ في ترتيب مؤشر معدل انتشار فيروس الايدز ومعدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي حيث احتلت المرتبة 40 و1 على التوالي في آخر تقرير للتنافسية العالمي (2016-2017) وهذا من بين 138 دولة مدرجة ضمن التقرير.

### 2.3.2. محفزات الكفاءة:

عرفت تحسنا في الترتيب بين الفترة (2012-2017) وتمثل المحاور التي تدرج ضمن هذه المجموعة فيما يلي:

**أ. المحور الخامس: التعليم العالي والتدريب:** سجل هذا الأخير الرتبة 98 سنة (2010-2011) بقيمة 3.6 وبعدها عرف تراجعا ملحوظا في سنة (2011-2013) برتبة 101 و108 بقيمة 3.5 و3.4 على التوالي ثم تقدمت سنة 2014 وتراجعت بمرتبة واحدة سنة 2015 مقارنة بـ 2014 وفي آخر تقرير سنة (2016-2017)، أحرزت الجزائر المرتبة 96 عالميا أي تقدمت بـ 3 مراتب مقارنة مع سنة 2015. ويعود هذا التحسن إلى تقدم ترتيب أغلب المؤشرات الفرعية لهذا المحور سنة 2016-2017 مع سنة 2015. منها مؤشر جودة النظام التعليمي وكذا جودة إدارة المدارس ومدى توفر خدمات البحوث ومؤشر مدى تدريب الموظفين... الخ.

**ب. المحور السادس: كفاءة سوق السلع:** احتلت الجزائر المرتبة 126 عالميا سنة 2010 ثم عرفت تراجعا كبيرا بين 2010-2012، برتبة 134 بتنقيط 3.4 بعدما كانت ربتها 126 بتنقيط 3.6. بعد ذلك عرفت تقدما قدر بـ 26 مرتبة بين سنتي 2012-2016 من بين 138 دولة ضمن التقرير. ويعود سبب تدني المؤشر إلى احتلال مراتب متأخرة في أغلب مؤشرات، ففي آخر تقرير للتنافسية العالمي 2016-2017 بلغ كل من مؤشر شدة المنافسة المحلية المرتبة 136، إجمالي معدل الضرائب المرتبة 135 التعريفات الجمركية المرتبة 127. مؤشر انتشار الملكية الأجنبية المرتبة 136، ويعتبر ذلك من أهم العوائق التي تحول دون جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

**ج. المحور السابع: سوق العمل:** تراجع بـ 24 مرتبة بين سنتي 2010-2013 ثم عرف تقدما قدر بـ 15 مرتبة بين سنتي (2013-2017)، وقد احتلت الجزائر مراتب متأخرة مما يدل على عدم كفاءة سوق العمل، حيث بلغت المرتبة 132 عالميا من بين 138 دولة ضمن آخر تقرير للتنافسية العالمي سنة 2017.

د. المحور الثامن: تطور السوق المالية: احتلت الجزائر المرتبة 135 و 137 بين الفترة (2010-2012) أي أنها عرفت تراجعاً، ثم تقدمت بـ 15 مرتبة بين سنتي (2013-2017) ورغم هذا احتلت الجزائر مراتب متأخرة كذلك حيث جاءت في المرتبة 132 عالمياً من بين 138 دولة ضمن تقرير تنافسية العالمي لـ 2017 وذلك راجع لتدني مراتب مؤشرات الفرعية مثل مؤشر القدرة على تحمل تكاليف الخدمات المالية، ومؤشر التمويل من خلال سوق الأسهم المحلية المرتبة 124، ومؤشر سهولة الحصول على القروض المرتبة 122، وهذا ما يدل على ضعف مساهمة السوق المالية في توفير التمويل.

هـ. المحور التاسع: الجاهزية التكنولوجية: في هذا المؤشر تراجع الجزائر بـ 30 مرتبة ضمن تقرير التنافسية العالمي بين سنتي 2010-2013، حيث كانت في المرتبة 106 بقيمة 3 بين سنتي 2010-2011 ووصلت للمرتبة 133 سنتي 2012-2013 بقيمة 2.6. ثم تقدمت بـ 28 مرتبة ضمن تقرير التنافسية العالمي بين سنتي 2013 و2016، كما احتلت الرتبة 108 بتنقيط 3.1 في السنوات الأخيرة من 2016-2017.

و. المحور العاشر: حجم السوق: سجل هذا المؤشر 4.3 نقطة برتبة 50 عام 2010-2011، ثم عرف تقدماً بـ 2 مراتب خلال سنتي 2011-2012 ثم تراجع بمرتبة واحدة بين سنتي 2011-2013، وتقدم بـ 12 مرتبة ضمن تقرير التنافسية العالمي بين سنتي 2013-2017. وهذا التقدم في الترتيب راجع إلى تحسن ترتيب حجم السوق المحلي ومؤشر حجم السوق الأجنبي والنتائج المحلي.

### 3.3.2. عوامل الابتكار والتطور:

عرف تراجعاً كبيراً بواقع 36 مرتبة بين سنتي (2010-2012)، ثم تقدم برتبة 25 مرتبة بين سنة (2012-2017) وتمثل أهم محاوره فيما يلي:

أ. المحور الحادي عشر: تطور بيئة الأعمال: احتلت الجزائر المرتبة 108 خلال الفترة 2010-2011 بنقطة 3. ثم نلاحظ في هذا المؤشر تراجع بـ 36 مرتبة بين سنتي 2010-2013، وتقدم بعدها بـ 23 مرتبة ضمن تقرير التنافسية العالمي من سنة (2013-2017)، وهذا التقدم في الترتيب راجع إلى تحسن ترتيب المؤشرات الفرعية لهذا المحور إلا أنها تحتل مراتب متأخرة رغم ذلك.

ب. المحور الثاني عشر: الابتكار: احتلت الجزائر ضمن هذا المؤشر المرتبة 107 بنقطة 2.8 خلال سنة 2010-2011 بعدها نلاحظ تراجع بـ 34 مرتبة بين 2010-2013، وتقدم مرتبة ضمن تقرير التنافسية العالمي بين 2013-2017. وهذا التقدم راجع إلى تحسن ترتيب المؤشرات الفرعية لهذا المحور ففي آخر تقرير للتنافسية العالمي سنة

2016-2017 احتلت الجزائر من بين 138 دولة المرتبة 112 في مؤشر القدرة على الابتكار، وتدلل هذه المراتب أن الاقتصاد الجزائري لا يمكن اعتباره اقتصادا تنافسيا لأنه لا يولي اهتماما بالبحث والإبداع والابتكار. ومن خلال تحليل أداء الجزائر التنافسي ضمن مؤشر التنافسية العالمي خلال الفترة (2010-2017) لوحظ أنها قد احتلت مراتب متأخرة في اغلب المحاور الرئيسية والمؤشرات الفرعية مما انعكس سلبا على الترتيب العام، وذلك لان القدرة التنافسية المستدامة تركز على عوامل الفعالية والابتكار وهذا ما يعاني منه الاقتصاد الجزائري. كذلك من خلال ما تم التوصل إليه حول العوامل المحددة لتنافسية قطاع السياحة، يمكننا القول أن قطاع السياحة في الجزائر لا يزال متأخرا مقارنة بما تشهده باقي الدول. ويحتاج إلى الكثير من التحسين في مختلف الجوانب والعوامل التي تساعد في تفعيل القطاع ومن خلال تحليل نتائج التقرير تتضح لنا نقاط القوة والضعف والتي شملت اغلب المؤشرات للقدرة التنافسية من اجل إيجاد بيئة صالحة لهذا القطاع الهام ومنه القيام بإبراز العوائق المختلفة التي تعيق عملية التنمية السياحية في الجزائر.<sup>1</sup>

ومن العراقيل التي تحول دون التحول السياحي لوجهة الجزائر والتي يمكن ذكر أهمها كما يلي:

● الاستثمارية: وتشمل:

- ضعف البنية التحتية: ما تزال البنية التحتية في الجزائر تتسم بالضعف، فنجد مختلف الهياكل القاعدية من الطرق والنقل والمواصلات والاتصالات والطاقة والمياه، كلها لم تصل بعد إلى المستوى المطلوب الذي يلي طموحات المستثمر الخاص الذي يرغب في إقامة مشروعه على أسس ومرتكزات واضحة، لان عدم توفر بنية تحتية ملائمة يؤثر على إمكانية نجاح المشاريع الاستثمارية من خلال زيادة التكاليف وبالتالي التأثير على مردودية الاستثمار، ويبقى على الجزائر العمل على تحسين مرافقها وهياكلها القاعدية إن هيا أرادت استقطاب استثمارات خاصة تساعد على تحقيق التنمية الاقتصادية؛
- طول المدة الزمنية للحصول على قطعة ارض لغرض الاستثمار بسبب تدخل العديد من الهيئات لمنح قرار الموافقة على حيازة العقار؛
- التعقيدات المتعلقة بالعقار الاستثماري وخاصة السياحي منه وبمنح الرخص والذي سببه تشابك مجموعة من القطاعات، الأمر الذي يحول دون تنفيذ هذه المشاريع في تاريخها الفعلي؛

<sup>1</sup> عبد الحميد مرغيت، عبد المالك بوركوة، (2011): تجربة الإمارات العربية المتحدة في ترسيخ التنوع الاقتصادي، ورقة بحثية مقدمة في الملتقى الوطني حول القطاع الخاص في رفع تنافسية الاقتصاد الجزائري والتحصير لمرحلة ما بعد البترول، جامعة جيجل، 20 و21 نوفمبر، ص 478-479.

- تعثر الاستثمارات الفعالة خاصة في مجال الفنادق والمركبات السياحية لرفع الطاقة الإيوائية (القدرة الاستيعابية للإيواء)؛
- عدم توفير قاعدة بيانات كاملة عن فرص الاستثمار في الجزائر ومركز معلومات خاص بذلك؛
- نقص الأجهزة المشرفة على الاستثمار من حيث الإمكانيات البشرية كذلك غياب الحوافز والامتيازات للقائمين عليها.<sup>1</sup>

● **المالية والقانونية: وتضم:**

- ضعف نوعية الخدمات المالية على مستوى المنظومة المصرفية المقدمة للمتعاملين الاقتصاديين والقيود المفروضة وقوانين العمل التي ما تزال مبهمة، والملاحظ كذلك ضعف قروض طويلة الأجل تتناسب مع الاستثمار السياحي خاصة والبنوك المتخصصة في تمويل المشاريع والاستثمارات السياحية معدلات فائدة مغرية؛
- عدم ملائمة وضع وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسياح؛
- الإجراءات البيروقراطية التي حالت دون تسريع المشاريع الاستثمارية في قطاع السياحة؛
- بطء الإجراءات في ميدان الدراسات المسبقة للمشاريع الاستثمارية وتنمية مناطق التوسع السياحي؛
- تعطيل مسار الإصلاحات السياسية والاقتصادية جراء حالة اللاأمن مما جعل المستثمر الأجنبي يتفادى دخول السوق الجزائرية لغياب الثقة بمناخ الاستثمار؛
- ضرورة وضع هيئة تنشيط السياحة، دورها ضبط التجاوزات ومراقبة الأسعار والخدمات السياحية المقدمة.

● **التسويقية: وتضم:**

- لاتزال الجزائر تعاني من ضعف هياكل الاستقبال ومحدودية الهياكل المصاحبة لها، مما يجعلها اقل تنافسية وأقل استقطابا للسياح مقارنة بالدول الرائدة مثل: مصر، المغرب وتونس وحتى الصاعدة مثل الأردن والإمارات وقطر.
- ورغم ما تملكه الجزائر من إمكانيات ومقومات سياحية، إلا أن نسبة منها والخاصة بالخدمات السياحية لا تزال بعيدة عن المقاييس الدولية وتتجلى في ذلك أهم المقومات التي تعيق تحول الجزائر إلى مقصد سياحي؛
- عجز الوكالات السياحية عن تسويق المنتج السياحي الجزائري للخارج نظرا لعدم توفر كل المعايير المطلوبة؛
- غياب سياسة واضحة للأسعار أي عدم فرض تسعيرات موسمية لتشجيع السياحة؛
- قلة الرحلات الجوية نحو الجزائر يقف كالعائق دون تحقيق الهدف المنشود من تطوير السياحة.

<sup>1</sup> بومحروق خير الدين، بوجبل عز الدين، مناخ الاستثمار الخاص في الجزائر، (2011): ورقة بحثية مقدمة في الملتقى الوطني حول دور القطاع الخاص في رفع تنافسية الاقتصاد الجزائري والتحضير لمرحلة ما بعد البترول، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، يومي 20 و21 نوفمبر، ص 420.

## ● التكنولوجيا: ومنها:

- ضعف في استخدام تقنيات الإعلام والاتصال مما يؤدي إلى خلق عجز في تسويق وجهة الجزائر؛
- نقص التحكم في التقنيات الجديدة لاستشراف السوق من طرف القائمين على وكالات الأسفار؛
- عدم التكيف مع الطريقة العصرية للتسيير الالكتروني للنقل قصد تنظيم عمليات الحجز والخدمات.

## ● جوانب أخرى:

- أمن صحي وغذائي غير كاف؛
- تركز الحركة السياحية في الجزائر في مناطق محددة في الجزائر مما يؤدي إلى عدم توزيع الأثر السياحي بشكل متوازن على مناطق التنمية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> سهام بجاوية، (2015، 2014): التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة استرشادية بتجربة تونس إسقاط على الجزائر، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد بوقرة، بومرداس، ص ص 163-166.

### 3. أثر السياحة على التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر:

يرى الكثير من المهتمين بقطاع السياحة بان لها دورا هاما في تنمية وتطوير الجوانب الاقتصادية والاجتماعية في مجتمعات الدول المضيفة، كما ان هذه الصناعة لا تخلو من الجوانب السلبية أسوة ببقية الصناعات الأخرى ولذلك فلا مناص من الإلمام بالآثار المتعددة لهذه الصناعة، حيث يمكن درء المشاكل المزايما عند تنمية القطاع بالطرق التي تعني باحتياجات الحاضر ومتطلبات المستقبل.

ويمكن إبراز دور السياحة في تحفيز النشاط الاقتصادي من خلال دراسة الآثار الاقتصادية والاجتماعية على بعض أهم متغيرات الاقتصاد الحقيقية منها: الميزان السياحي، الناتج المحلي الإجمالي، التضخم، والبطالة.

#### 1.3. أثر القطاع السياحي على بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية الحقيقية:

يمكن أن يقسم الأثر الاقتصادي للسياحة إلى عدة أنواع:

- تحليل الأهمية: يهدف هذا التحليل إلى تقرير الأهمية الاقتصادية والسياحية انطلاقا من بيانات ومعلومات حول استهلاك السياح وإنفاقهم؛
- تحليل الأثر: والذي يهتم بتحليل اثر الإنفاق السياحي على الاقتصاد الوطني اعتمادا على التشابك بين القطاع السياحي والأنشطة الاقتصادية الأخرى؛
- تحليل التكلفة العائد: يركز هذا النوع من التحليل على كفاءة المشاريع السياحية، ويهتم بقياس المنافع الاجتماعية والبيئية والتكاليف.<sup>1</sup>

إجمالا لا تستخدم هذه الأساليب للتعرف على البدائل المختلفة للمشروع المقترح من الجانب الاقتصادي، فمثلا لا يمكن استخدام أسلوب العائد والتكلفة للتعرف على العلاقات المتداخلة لمختلف جوانب المشروع، بحيث يصعب إدخال العوامل البيئية والاجتماعية في تحليل التكلفة لاستخراج قيمة مادية لهذه الأخيرة، من أجل ذلك تم الاعتماد أساسا على أسلوب تحليل الأهمية لدراسة القطاع السياحي في الجزائر.

#### 1.1.3. تطور ميزان السياحة في الجزائر:

يعبر الميزان السياحي في الجزائر عن الفرق بين الإيرادات والنفقات السياحية، هذا الفرق يمكن أن يشكل رصيذا موجبا يعبر عن فائض في الميزان، أو رصيذا سالبا يمثل عجزا فيه أو معدوما يكون الميزان فيه متوازنا أي الإيرادات تساوي النفقات، أما إذا كان الرصيد موجبا فانه يزيد في فائض ميزان المدفوعات أو ينقص من عجزه، وفي حالة كان الرصيد

<sup>1</sup> على مهد الأخطل، محمد محجوب الحداد: دور السياحة في النمو الاقتصادي لدول الشرق الأوسط: ليبيا نموذجا.

\* SDAT :Schéma Directeur d'aménagement touristique.

سالبا فإنه إما ينقص من فائض ميزان المدفوعات أو يزيد في عجزه، ومنه فالأثر الذي يتركه الدخل السياحي في ميزان المدفوعات لا يتضح إلا إذا ما قورن بغيره من إيرادات الصادرات الأخرى لنفس البلد. والجدول الموالي يعبر عن تطور ميزان السياحة في الفترة المعتمدة من (2010-2017):

**الجدول رقم 3-8: التدفقات السياحية والميزان السياحي للفترة 2010-2017**

الوحدة: مليون دولار

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الإيرادات السياحية	219	208	196	230	258	304	209	140.5
النفقات السياحية	574	502	428	410	611	677	475	580
الرصيد	-355	-294	-232	-180	-353	-373	-266	-439.5

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على الموقع: <https://www.mta.gov.dz>

إن تطور الإيرادات وحدها لا تكفي لقياس أهمية وأثار القطاع السياحي على التنمية بل يجب المقارنة بالتدفقات السياحية العكسية، أي تحديد رصيد الميزان التجاري السياحي. ونلاحظ أنه من خلال الفترة رصيد الميزان السياحي سالب، أي أن المبالغ المنفقة في الخارج أكبر من الإيرادات المحصل عليها من السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر. وهذا ما يؤثر على ميزان مدفوعات الدولة سواء بتعميق العجز أو التخفيض من الفائض.

**2.1.3. السياحة والناتج المحلي الإجمالي PIB:**

تعتبر الإيرادات السياحية من أهداف السياسة العامة المتعلقة بتنمية وتطوير هذا القطاع بمختلف أنشطته، سيما إذا كانت هذه الإيرادات تشكل قدرا معتبرا في الناتج المحلي الإجمالي، وتحقق هذه الإيرادات من إنفاق السائحين في الدول السياحية المضييفة على مختلف السلع والخدمات السياحية، ومختلف الأنشطة المرتبطة بهذا القطاع. ويتضح نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (2010-2017) من خلال الجدول التالي:

**الجدول رقم 3-9: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة 2010-2017**

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
مساهمة السياحة في PIB (%)	1.5	1.4	1.4	1	1.1	1.3	1.4	1.6

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الموقع: <https://www.mta.gov.dz>

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة المذكورة تعتبر مساهمة ضعيفة، وقد سجلت أقل نسبة عام 2013 كما بقيت النسبة منخفضة في السنوات الأخيرة، وهذا يعزى إلى فتور سياسة

الدولة المنتهجة في تنمية السياحة في هذه السنوات مقارنة ببداية تطبيق استراتيجية التنمية السياحية المطبقة منذ قانون فيفري 2003.

### 3.1.3. التضخم والسياحة في الجزائر:

تؤثر السياحة وتتأثر بظاهرة التضخم، إذ أن هذه الظاهرة تمس كل القطاعات الاقتصادية دون استثناء، لارتباطها بقيمة النقود التي هي وسيلة تبادل السلع والخدمات الاقتصادية، فالتضخم هو ظاهرة الإفراط في المستوى العام للأسعار مما يؤدي إلى تدهور القوة الشرائية للنقود، وبالتالي فهو يؤثر في النشاط السياحي من خلال رفعة لأسعار المنتجات السياحية وهو ما يعني تدهور القدرة الشرائية للسياح. كما أن النشاط السياحي في جانب الاستهلاكي والذي يتميز في كثير من الأحيان بأنه نشاط موسمي يؤدي إلى زيادة الطلب الاستهلاكي في المناطق السياحية، ففي حالات جمود العرض الكلي (الإنتاج) تكون السياحة من عوامل التضخم.

وعلى الرغم من الطابع الداخلي للظاهرة التضخمية في الجزائر منذ 2009 الناجمة عن اثر السعر لبعض المنتجات، تلعب السياسة النقدية دورا نشطا في الحفاظ على استقرار الاقتصاد الكلي، ومنه مكافحة التضخم يقع على عاتق بنك الجزائر. فبعد سجل معدل التضخم ارتفاعا في السنوات 2010 و 2011 و 2012 حيث بلغ كل منهم 3.91%، 4.52% و 8.89% على التوالي، تأكد الاتجاه نحو تراجع معدل التضخم خلال السداسي الأول من عام 2013 كمتوسط سنوي 6.59% ليبلغ 4.5% في جوان 2013<sup>1</sup>، ليصل إلى 3.3% من نفس السنة.

ثم انخفض معدل التضخم إلى 2.9% في 2014 ليرتفع إلى 4.8% ثم إلى 6.4% في سنة 2016 لينخفض مره أخرى إلى قرابة 6% خلال شهر أوت 2017.<sup>2</sup>

من جهة أخرى فمستوى الأسعار لا يزال مرتفعا يتطلب مواصلة جهود التحكم في السيولة وتوسع الطلب والسهر على زيادة العرض، هذا ما يستدعي الاهتمام بتحفيز ديناميكية نمو العرض، وعليه فيجب العمل على إحداث التوازن بين العرض والطلب في ظل تخطيط سياحي جيد يأخذ بعين الاعتبار فترات نمو وركود النشاط السياحي. ويمكن إرجاع ارتفاع أسعار الخدمات السياحية إلى الأسباب الآتية:

أ. إما الإسراف في الطلب من السياح، والذي يتسبب في تضخم الطلب؛

ب. وإما لارتفاع تكاليف الإنتاج في المناطق السياحية والذي يتسبب في تضخم التكلفة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمود فوزي شعوي، (2015): السياحة والفندقة في الجزائر، دراسة قياسية 1974-2002، رسالة دكتوراه غير منشوره، جامعة الجزائر، ص33.

<sup>2</sup> www.ennaharonline.com, consulté le 2/6/2019, 9 :40.

<sup>3</sup> محمود فوزي شعوي، (2015): المرجع سبق ذكره، ص33.

### 4.1.3. الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة في الجزائر:

تمثل السياحة احد القطاعات الاقتصادية التي يعتبر فيها العامل البشري احد عناصره الأساسية لقيام النشاط السياحي، عكس الصناعة والزراعة التي يمكنها أن تعتمد أكثر على الوسائل التكنولوجية والتقليل من العنصر البشري. وفي هذا المجال أكدت الدراسات على قدرة التنمية السياحية على امتصاص البطالة وفسح المجال واسعا للتشغيل، باعتبارها صناعة كثيفة العمل وذات اثر مضاعف على 70 صناعة وخدمة مغذية ومكملة (دراسات منظمة السياحة العالمية)، فهي الصناعة الأولى من حيث تشغيل اليد العاملة وأصبح لها دورا أساسيا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إذ أن كل شخص يعمل مباشرة في قطاع السياحة بشكل فرص عمل جديدة بتشغيل 5.3 شخص بصورة غير مباشرة في القطاعات الأخرى.

ومن هذا المنطلق، يعتبر الاستثمار السياحي في كثير من الدول النامية مخرجا لازمة البطالة وحافزا لتوسيع نطاق التوظيف، وما يترتب عن ذلك من تحسن في المستوى المعيشي والثقافي لبعض فئات هذه المجتمعات التي أصبحت تتقاضى دخولا جديدة من هذا القطاع وكل ما يتصل باستغلال المقاصد السياحية، كالعمالة المخصصة للنقل السياحي، والإرشاد السياحي، وحماية السياح وحفظ شؤونهم، أو بشكل غير مباشر، بالمساهمة في توفير فرص العمل بالقطاعات التي تمد السياحة باحتياجاتها من السلع والخدمات، كالعاملين في البنى الأساسية والزراعة وتجارة المواد الغذائية والصحة.<sup>1</sup>

أ. الآثار الاجتماعية: وتشمل:

#### ● السياحة والتشغيل في الجزائر خلال الفترة 2010-2017

#### الجدول رقم 3-10: مساهمة السياحة في التشغيل للفترة 2010-2017

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد المشغلين	213000	220000	224028	256775	261289	803.265	317.270	/
نسبة النمو (%)	7.58	3.29	1.83	14.62	1.76	1.73	1.70	/

المصدر: <https://www.mta.gov.dz>

في الجزائر تعتبر الفنادق والأسرة من المؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها في عملية التوظيف، حيث شهد عام 2008 نموا ملحوظا في العمالة الخاصة بالفنادق والمطاعم حيث قدر عدد العاملين فيها بـ 320 ألف وظيفة أي بنسبة نمو 56.6% مقابل 204.4 ألف وظيفة في عام 2007 لترتفع في سنة 2009 إلى 350 ألف وظيفة. ويتجلى لنا من الجدول أعلاه أن العمالة في قطاع السياحة في الجزائر في تزايد خلال الفترة 2010-2015 لتسجل (803.265) منصب عمل عام 2015، أي بمعدل نمو (1.73)، إلا أن هذه الزيادة تعتبر ضئيلة وذلك مقارنة

<sup>1</sup> صليحة عشي، (2010): المرجع سبق ذكره، ص ص 157-160.

بطاقات البلاد السياحية الكامنة وغير المستغلة والتي لم تلقى بعد مكانتها في المخططات التنموية، وفي سنة 2016، انخفض عدد المشغلين ليصل إلى 317.270 منصب عمل، أي بمعدل نمو 1.70.

تمثل هذه الظاهرة إحدى المشكلات الأساسية التي تواجه معظم دول العالم العربي باختلاف مستويات تقدمها وأنظمتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، ولا تنبع البطالة من فراغ وإنما هي حصيلة مجموعة من العوامل والأسباب المتداخلة، ولعل أهمها يتلخص فيما يلي:

- ارتفاع معدلات نمو القرى العاملة وعدم التوافق بين المؤهلات وفرص العمل؛
  - عدم تحمل أصحاب العمل مسؤولياتهم كاملة في توليد فرص العمل القادرة على استيعاب الأعداد المتزايدة من الخريجين والباحثين عن العمل؛
  - ضعف أو عدم استقرار البيئة الاقتصادية الكلية التي تكفي بإتباع سياسة مالية ونقدية ملائمة لتسيير النمو الاقتصادي ومن ثم تشجيع العمالة والتشغيل؛
  - استمرار ظاهرة عدم احترام العمل اليدوي وبشكل عام استمرار النظرة الاجتماعية السائدة لبعض المهن التي مازال العديد من المواطنين يرفضون الانخراط فيها لأسباب اجتماعية وسلوكية.<sup>1</sup>
- والجدول التالي يبين نسبة البطالة في الجزائر والتي تعد إحدى التحديات الكبرى التي تواجه الدولة.

#### الجدول رقم 3-11: معدل البطالة في الجزائر للفترة 2010-2017

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
معدل البطالة (%)	10.2	10	10	9.83	10.60	11.58	10.5	11.7

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على:

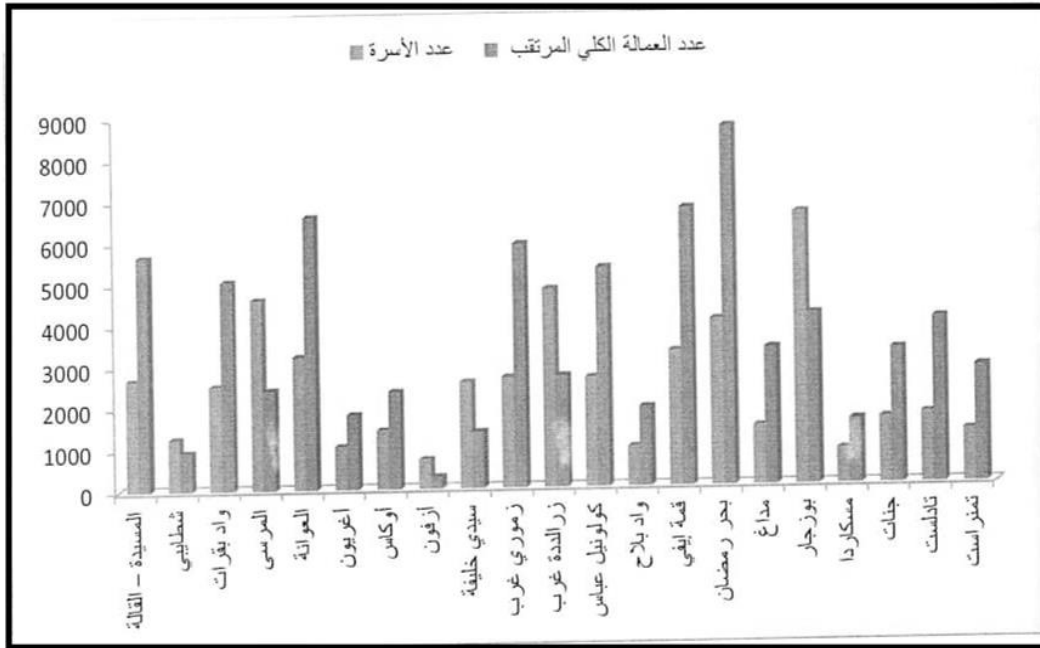
Ar actualitix.com/country/dza/ar-algeria-unemployment-rate.

نلاحظ من خلال الجدول أن معدلات البطالة في الجزائر شبه مستقرة ولكن ما يميزها هو أنها تبقى مرتفعة، مع العلم أنه وفقا لما جاءت به منظمة العمل العربية التي قدرت أن كل زيادة في معدل البطالة نسبة 1% سنويا تنجم عنها خسارة في الناتج المحلي الإجمالي بمعدل 2.5%.

وفي إطار استراتيجية السياسة السياحية الجديدة، وفي إطار المخطط التوجيهي فقد شكلت التقديرات المتعلقة بالتوظيف محورا بالغ الأهمية يمكن تجسيده وفق الشكل الموالي:

<sup>1</sup> فرطاس فتيحة، صدقاوي صورية، (2011): تداعيات الأزمة المالية العالمية على العمالة في الوطن العربي، ورقة بحثية مقدمة في الملتقى الدولي حول استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، يومي 15 و16 نوفمبر 2011، جامعة المسيلة، ص 6-7.

الشكل رقم 3-1: إجمالي عدد العمالة المرتقب الموزع على مناطق التوسع السياحي



المصدر: شابي حليمة، (2015، 2014): دراسة جدوى المشاريع الاستثمارية السياحية ودورها في التنمية الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، عنابة، ص 224.

تشير التقديرات الواردة باستراتيجية التهيئة السياحية لأفاق 20125 إلى أنه سيتم تقسيم وجهة الجزائر وفقا لـ 21 منطقة تدعى بمناطق التوسع السياحي. ويكون توزيع هذه المناطق حسب المميزات الطبيعية والثقافية والحضارية الخاصة بالمقصد السياحي.

بالإضافة إلى أنه سيتم انجاز حوالي 51799 سريرا، مما يسمح بزيادة التوظيف ويصبح العدد الإجمالي لمناصب الشغل في نهاية الفترة ما يعادل 76712 منصب شغل.

ونرى أن هذه الوظائف تتركز بنسب متقاربة في المناطق الساحلية للجزائر كمنطقة المسيدة (القالة شرقا) حيث قدر عدد العمالة المرتقبة بـ 5652 منصب شغل، العوانة (جيجل) بـ 6589 منصب شغل، زموري غرب (بومرداس) 5882 منصب شغل، تيبازة 5300 منصب شغل، بحر رمضان (مستغانم-غرب) 8676 منصب شغل، بوزجار عين تيموشنت 4133 منصب، كما لا ننسى جنوب الجزائر والمتمثلة في منطقتي التوسع السياحي جنات (اليزي) وتادلاست (أدرار) حيث قدرت مناصب الشغل المستحدثة فيهما بـ 3265 و 4000 منصب شغل على التوالي.

ب. الآثار الثقافية: فالسياحة كمنشأ إنساني وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات المختلفة التي تتمتع بالمغريات وعناصر الجذب السياحية، فتؤثر فيها سلبا وإيجابا، لأنها تقوم على التفاعل المباشر بين ثلاث أطراف هي: السائح،

والبيئة الاجتماعية، وأفراد المجتمع المضيف، مما ينتج عنها العديد من الآثار الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على عادات وتقاليد وقيم ومبادئ المجتمع المضيف.

ويقصد بالآثار الاجتماعية والثقافية للنشاط السياحي رصد كل النتائج الاجتماعية والثقافية لصناعة السياحة ومن الملامح الخاصة بالسكان، وسلوكهم وعلاقاتهم، والخصائص الثقافية المتعلقة بالأنشطة، والعادات، والتقاليد، والفنون والآداب، واللغات، والأديان. وتتحد النتائج الاجتماعية والثقافية للنشاط السياحي تبعا لمجموعة من المتغيرات داخل الدولة السياحية وتمثل في الآتي:

- التقاء الثقافات المختلفة يعد محددًا لظهور العديد من الآثار الاجتماعية والثقافية سواء الإيجابية والسلبية؛
- حجم الدولة المستقبلية للنشاط السياحي والتوسيع المكاني للأنشطة السياحية ومدى قوة الأسس الدينية والثقافية بها؛
- مستوى التطور الاجتماعي والحضاري لسكان الإقليم السياحي، ومدى تأثرهم بالآخرين، فكلما كان مستوى التطور عاليًا قل تأثير السائح على سكان المقصد السياحي والعكس صحيح. ويمكن إيجاز أهم الآثار في العناصر التالية:

- تأثير السياحة على الجوانب الثقافية: إذ تعتبر السياحة وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافة بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية حيث تكتسب هذه الدول المعارف والخبرات والمهارات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها كاللغة مما يساهم في رفع مستوى ثقافة سكان الأقاليم السياحية.

- التحول الطبقي: نتيجة عن العمل السياحي بمختلف مجالاته، تتغير سلوكيات وأنماط حياة أفرادها تبعا للتغير الناشئ في أحوالهم الاقتصادية المترتبة عن السياحة.

- أثر السياحة على التطور الاجتماعي: إذ تعتبر النافذة التي تطل منها الشعوب المختلفة على بعضها البعض حيث تساهم في توفير الاحتكاك المباشر بين الشعوب، وبالتالي تلعب السياحة دورا هاما في توفير الفرص أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة للسائحين، وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على اكتسابهم الكثير من القيم.

- أثر السياحة على التركيب الديمغرافي للسكان: حيث تؤدي إلى استقطاب أيدي عاملة كثيرة من خارج الإقليم وهذه الحركة السكانية بدورها تؤدي إلى ظهور خلل في التركيب السكاني من حيث العمر والجنس، لأنها حركة انتقائية ناتجة عن زيادة فرص العمل وارتفاع الدخل في الإقليم السياحي.

- الخلل الاجتماعي: من خلال تأثير العادات والتقاليد الاجتماعية الغربية على مجتمعات بعض الدول المستقبلية للسياحة خاصة بالنسبة لمناطق الجنوب المعروفة بأسرها المحافظة.

- التصادم الثقافي: عادة ما ينشأ عن اختلاف الأفكار والاتجاهات والمعارف واللغة بين مواطني الدول المضيفة للسائحين مشكلات عديدة يترتب عنها تعارض في الفكر، وتصادم في الثقافة وانفصام بين شخصية كل منهما وانعدام التفاهم بينهما، الأمر الذي يحدث شرخا عميقا في البناء السياحي لأي دولة.

هذا التنازع قد يمثل تحديا للمجتمع المحلي إذا ما كان معبئا في إطار استراتيجية تنمية تعني بإبراز الخصوصية الحضارية للخدمة السياحية وتقدم الوسائل الفعالة لتطوير الشخصية الوطنية والحفاظ على الهوية الثقافية. ومنه تنمية الخصوصية لمجتمع المقصد السياحي.<sup>1</sup>

### 2.3. المخطط الاستراتيجي للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT\*2025) الحركيات الخمسة:

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية للجزائر، وهو كجزء مكمل للمخطط الوطني للتهيئة الإقليمية (SNAT \* 2025)، فهو الفعل الذي تعلن من خلالها الدولة لكل المتعاملين ولكل القطاعات ولكل المناطق مشروعها السياحي الإقليمي لأفاق 2025. وبموجبه تقوم الدولة بعرض رؤيتها للتنمية السياحية لمختلف الأفاق، على المدى القصير "2009"، المدى المتوسط "2015"، والمدى الطويل "2025"، وذلك في إطار التنمية المستدامة لجعل الجزائر مقصدا سياحيا. ومنه هو الأداة الذي يترجم إرادة الدولة في تامين المقومات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلد من خلال توفير التوجيهات الاستراتيجية للتهيئة السياحية في إطار التنمية المستدامة. أما الرهان فيبقى "ملائمة" المخطط التوجيهي في كافة مراحل تطوره (الإعداد، التنفيذ والمتابعة) من قبل الفاعلين والمتعاملين المركزيين والمحليين للسياحة بمختلف رتبهم (إطارات فندقية، مسؤولي وكالات السفر، مرشدين، متعاملين وجمعيات).

### 1.2.3. ماهو مشروع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT":

يرمي التفعيل السياحي التدريجي والمستدام للجزائر إلى إرساء الأساسيات الضرورية لبروز وجهة الجزائر كوجهة أصلية وتنافسية قادرة على موقعة البلاد على المستوى المتوسطي والدولي من جهة والاستجابة لاحتياجات السياح (المحليين/الدوليين) في العطل، الراحة والاستجمام من جهة أخرى، وهذا يتطلب تحديد استراتيجية تقوم على

<sup>1</sup> عامر عيسا نين، (2009): الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر-باتنة، الجزائر، ص 37-40.

\* SDAT :Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.

\* SNAT : Schéma National d'Aménagement du Territoire.

المفهوم الجديد أين تشكل إدارة الموارد البشرية في إطاره الرافع الذي يبرز ويرقى السياحة إلى جانب الفروع الاقتصادية البديلة للمصادر القابلة للنضوب والمتمثلة في المحروقات بالاستفادة من ما تملكه من مؤهلات ومن طلبات وتوقعات السياح المحليين والدوليين، وتنبع الاختيارات الاستراتيجية من معاينة نقاط القوة والضعف الحالية للنشاط السياحي، والتي تتضمن بشكل أساسي العناصر التالية:

أ. رداءة خدمات النشاط السياحي؛

ب. ضعف شهرة وجهة الجزائر؛

ج. نقص أماكن استقبال التدفق السياحي؛

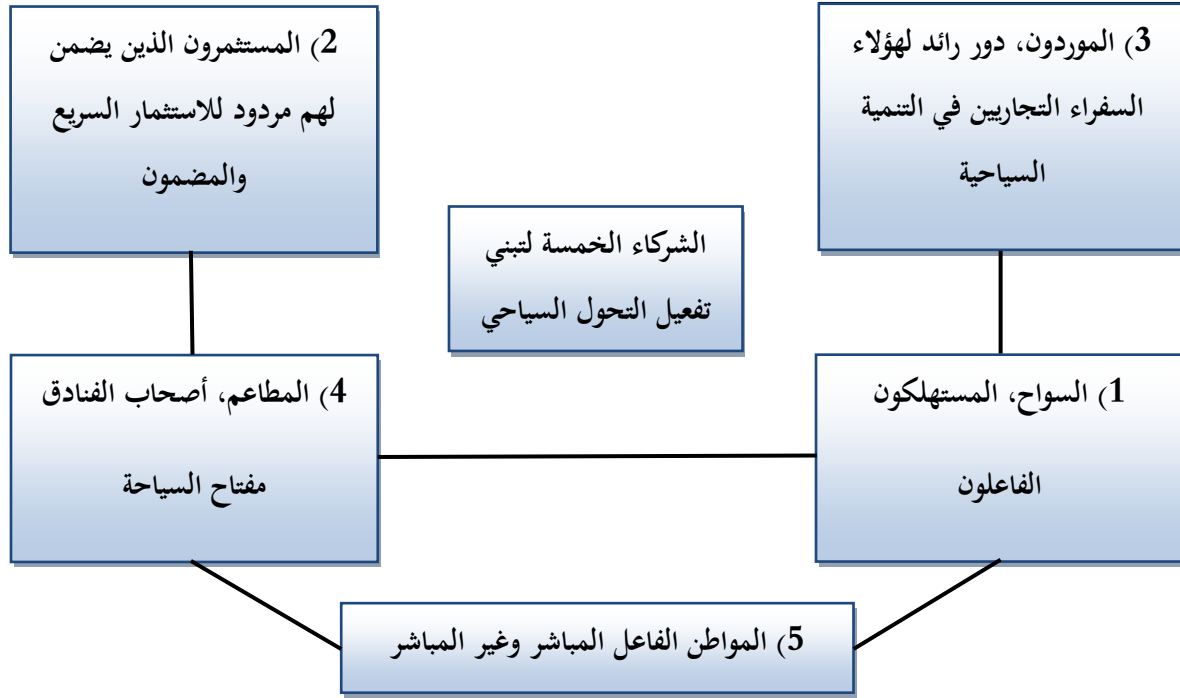
د. مراعاة التنافسية الجهوية والمتوسطة؛

هـ. التوفيق بين السياحة الوطنية والسياحة الدولية.

ومنه تندرج الاستراتيجية الجديدة للسياحة والمجسدة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) في المدى البعيد بتحديد أولويات واضحة ودقيقة مستندة على برمجة في الزمن<sup>1</sup> وبالتعاون مع مجموعة من الفاعلين لضمان تبني وترقية المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية كما يوضحه الشكل الموالي:

<sup>1</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة الإقليمية، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، الكتاب الثاني، جانفي 2008، ص 3-6.

الشكل رقم 3-2: المتعاملون والشركاء الخمسة، أهداف استراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)



المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط الاستراتيجي: الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، الكتاب الثاني، جانفي 2008، ص 9.

ويهدف إضفاء الديمومة على تنمية الفروع الخمسة للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية معرفة الفئات المطلوب إقناعها وهي خمسة فئات:

- السواح الذين يتحولون إلى مستهلكين -فاعلين بدلا من مجرد مستهلكين تتجاوزهم عروض مختلف الجهات المنافسة، وهي فئة تحتاج إلى كسب ثقتهم نحو المقصد السياحي؛
- الموجهون، من وكالات السفر، الناقلين، المرشدين، الصحفيين، قادة الرأي، الوسطاء من التجار وغير التجار، هؤلاء هم في حاجة إلى مؤشرات قوية عن تحسين التنظيم السياحي؛
- المستثمرون المرقون، المطورون والراغبين في ضمان مقابل عن الاستثمار السريع والأمن؛
- أصحاب الفنادق، أصحاب المطاعم والناقلون؛
- المواطن والذي يحتاج إلى الشعور بالنتائج الايجابية للسياحة، وبآثارها السيئة المحتملة، كما يجب إعلامه بإمكانية مساهمته المباشرة في النهوض بسياحة نوعية مستدامة.

### 2.2.3. بيان خطة الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الأهداف المادية والنقدية ل 2025:

يفرض المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 تعريف الأهداف المادية وصيغة الميزانية المطلوبة لبلوغ ذلك (عدد الأسرة، عدد السواح، المداخيل، العمال الواجب تكوينهم....) وحسب تقرير 2007 حول التوجهات العامة للسوق العالمية للسفر، والذي نشر من قبل International Euro Monitor، في نوفمبر 2007، فإن الجزائر قد دخلت مرحلة تصبح فيها في المستقبل القريب إحدى الوجهات السياحية المفضلة فحسب التقرير تمتلك الجزائر وليبيا قدرات سياحية تمكنها من اقتسام الازدهار السياحي الذي تنعم به المغرب، تونس ومصر. فالتقرير يكشف أن الجزائر وليبيا تم تجاهلهما من قبل الزوار الدوليين بسبب التوترات السياسية الداخلية، لكن حاليا، هناك اهتمام معلن واضح.

إن حكومات البلدين تبدلان، منذ بعض الوقت، مجهودات معتبرة لتطوير السياحة، كمصدر للتنمية الاقتصادية وذلك عبر إنجاز المنشآت واستقبال المستثمرين الأجانب وخاصة من الشرق الأوسط.

يحدد هذا المخطط الأهداف المادية ويرتكز على أهداف نقدية للمرحلة الأولى 2008-2015، فخطة الأعمال ترمي إلى تلبية الطلب الدولي والطلب الوطني الذي سيزيد عن 11 مليون سائح في أفق 2025.<sup>1</sup>

أ. الأهداف المادية للمرحلة الأولى 2008-2015: تتمثل في عدد الأسرة التجارية المطلوب توفيرها:

- على سبيل المثال، ومن أجل استقبال 6.5 مليون سائح في ظروف جيدة، تمتلك تونس اليوم 220.000 سرير. إن هدف الجزائر لعام 2015 هو استقبال 2.5 مليون سائح، ومنه تحتاج على الأقل إلى 75.000 سرير من النوعية الجيدة لتستوفي معظم الطلب السياحي.

- هدف الأقطاب ذات الأولوية: ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقع. أي 40.000 سرير بمقاس دولي منها 30.000 من الطراز الرفيع في المدى القصير جدا و 10.000 سرير إضافي في المدى المتوسط.

- خلق 400.000 منصب شغل (بشكل مباشر وغير مباشر) و 91.600 مقعد بيداغوجي.

ب. الأهداف النقدية للمرحلة الأولى 2008-2015: يقدر الاستثمار العمومي والخاص الضروري بين 2008-

2015 برصد مخصصات ب 2.5 مليار دولار أمريكي. يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي العمومي والخاص المادي وغير المادي، ب 60.000 دولار أمريكي لكل سرير يوضع (بكل الترتيبات)، 55.000 دولار أمريكي في استثمارات مادية و 5000 دولار أمريكي في استثمارات غير مادية.

<sup>1</sup> المخطط الاستراتيجي: الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، المرجع سبق ذكره، ص 10.

بالنسبة للأقطاب السياحية السبعة للامتياز: يمكننا تصور جهدا إضافيا بمبلغ 1 مليار دولار أمريكي، لكل باقي البلاد، يمكن توظيفه لإزالة العجز البيوي الحالي. أما حصة الاستثمارات العمومية في الأقطاب السبعة إذا احتفظنا بالنسبة الاعتبارية المقدرة بـ 15% بالنسبة لحصة الاستثمار العمومي (بما فيه المادي وغير المادي) يتوجب على السلطات العمومية (بكل وزاراتها) التكفل بـ 375 مليون دولار أمريكي على مدى سبع سنوات الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز أي 54 مليون دولار أمريكي في السنة. والجدول أدناه يعبر عن بيان خطة الأعمال بالأرقام.

### الجدول رقم 3-12: بيان خطة الأعمال بالأرقام

المضروب فيه	2015	2007	السنة
عدد السواح	2.5 مليون	1.7 مليون	في 1.47
عدد الأسرة	75000 سرير فخم	84.869 يعاد تأهيلها	تساوي 159 869
المساهمة في الناتج المحلي الخام	3% مقدرة	1.7%	1.3+
إيرادات (مليون دولار)	1500 إلى 2000	2.5	في 7 إلى 9
مناصب الشغل	400.000 (مباشرة وغير مباشرة)	200.000	في 2
التكوين: مقاعد بيداغوجية	91600	512000	تساوي 142 800

المصدر: المخطط الاستراتيجي: الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، المصدر سبق ذكره، ص 18.

تأتي التنمية السياحية وأفاق تطورها في مقدمة المجالات التنموية الأخرى، لما تحمله من احتياطي كبير يمكن تحريكه لخدمة الاقتصاد الوطني، وخاصة أن مقومات القاعدة السياحية المتنوعة متوافرة في الجزائر.

في ظل هذا التوجه تشهد المرحلة الراهنة تسارع في مجال التنافس بهدف الرفع من قدرات الاستقبال من خلال القيام بالاستثمار السياحي، حيث تشير آخر الأرقام للفترة الممتدة من 2008-2014 إلى وجود أكثر من 817 طلب استثمار على مستوى الوزارة داخل مناطق التوسع السياحي، بطاقة استيعاب تمثل 99700 سرير لاستحداث 43000 منصب عمل، حيث تقدر التكلفة الكلية بـ 324 مليار دينار يتوزعون كالاتي: منتج حضري (66%)، منتج شاطئي (20%)، منتج معدني (6%)، منتج صحراوي (7%)، منتج مناخي (1%).

### 3.2.3. الحركات الخمس لتفعيل السياحة في الجزائر:

تشكل الحركات الخمسة الطريق لإنعاش سريع ومستدام للسياحة الجزائرية ومنه إعادة الاعتبار للمكان والدور الذي يتعين على السياحة أن تلعبه ضمن أفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> المخطط التوجيهي: الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، المرجع سبق ذكره، ص 16-20.

أ. **الحركية رقم 01: تقويم وجهة الجزائر:** تبقى ترقية الصورة أو الوجهة السياحية مسألة أساسية فالهدف هو زيادة شهرة الجزائر وإعطاء صورة شاملة جذابة. آن تثبيت الجزائر كوجهة كاملة يمر بالضرورة عبر وضع استراتيجية ترقية واتصال باعتبار السياحة أولوية اقتصادية وطنية. وستضع أهداف هذه الاستراتيجية الأسس الضرورية لخلق وجهة سياحية تنافسية تكون أبرز ملامحها الأصالة، الابتكار والتنوعية<sup>1</sup>. وتأتي مجموع أهداف مخطط وجهة الجزائر كما يلي:

- تنمية القدرة التساهمية للسياحة في الاقتصاد الوطني على أساس (التنافسية، الأداء، العدالة الاجتماعية، تهمين الهوية والموروث الثقافي...)

- إقامة مركز مزود بوسائل دائمة للمراقبة والرصد السياحي؛
- احتلال مركز حقيق مهياً على شكل أرضية للسياحة الجزائرية مزود ببنية إعلامية لرسم الحدود الجغرافية تتضمن (بنك المعلومات، نظام إعلام جغرافي، شبكة انترنت بين المديرينات والمؤسسات السياحية، خلق جهاز ذكاء اقتصادي كأداة إرشاد للسياسة السياحية، في الرصد والمتابعة والتقييم).<sup>2</sup>

ب. **الحركية رقم 02: الأقطاب السياحية للامتياز (pot\*):** القطب السياحي هو تركيبة من القرى السياحية للامتياز، في رقعة جغرافية معينة، مزود بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية يستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له مكانة على المستوى الوطني الدولي.

فالقرب السياحي، يدمج المنطق الاجتماعي (الاحتياجات الأولية للسكان)، الثقافية، الإقليمية، التجارية (الأخذ بعين الاعتبار التوقعات المتمثلة في متطلبات السوق)، كما يمكن لرقعته الجغرافية أن تدمج منطقة أو عدة مناطق التوسع السياحي (ZTE\*).

وأخيراً، يأتي الهدف من هذه الأقطاب هو تحريك الرفع الذي يسهل الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني. يجب أن ترتكز تنمية أقطاب الامتياز على القدرات السياحية الجزائرية المتعددة، إذ يتعلق الأمر إذا بتنمية المنتج والفروع الأكثر طلباً وفقاً للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية والتي تتمحور حول ستة عناصر:

- سياحة الاستجمام والسياحة المائية؛
- سياحة الأعمال (التسلية، تسوق المتعة، الأعمال والمؤتمرات)؛
- السياحة الصحراوية والتجوال (الجنوب)؛

<sup>1</sup> المخطط الاستراتيجي: المرجع سبق ذكره، ص 23.

<sup>2</sup> المخطط الاستراتيجي: المرجع نفسه، ص 32.

\* POT :Pôles Touristique d'Excellences.

\* ZTE :zones d'Expansion Touristique.

● السياحة الثقافية؛

● الأشكال الأخرى للسياحة (السياحة الرياضية، الاسترخائية، التسلية والسياحة الطبيعية (البيئية) أو السياحة النوعية (المتخصصة). وهذا بالضرورة يستلزم ما يلي:

- على كل قطب أن يمنح أولوية التطوير، للفروع الواعدة والغالبة: فإذا كانت لكل الفروع أهميتها، فهناك ستة فروع لها الأفضلية في الفترة 2005-2015، الاستحمام البحري، الصحراوية، الثقافية والعلاجية، الصحية والرفاهية وكذا التخصصية (Niche) المطلوب تطويرها حسب أهداف كل فرع.

- على كل فرع أن يشجع الاختلاط: إذ يجب الابتعاد عن التركيز فقط على النوعية الفاخرة في الأقطاب حتى يتسنى تشجيع المزج الاجتماعي في مجال التسلية وذلك دون التخلي عن استراتيجية الامتياز حتى في المنتج الواحد.

- أن يكون لكل قطب هويته (ذاتيته): والتي تمنح البلاد صورتها المميزة كوجهة سياحية أصلية ومتعددة.

- القطب الواحد ليس مكان مغلق: فتنظيم التبادلات السياحية بين الأقطاب هو الذي يسمح بتشبيك أفضل للموارد السياحية والحضارية للبلاد، ترتيبها وفي النهاية الدمج الإقليمي لمجموع الأقطاب.

- على الأقطاب أن تقوم بدور الروافع للتنمية السياحية على المستوى الوطني: أن اختيار تركيز الوسائل في أقطاب (على مستوى الوطني)، إنما يرمي إلى النهوض السياحي لكافة التراب الجزائري وتفعيل السياحة فيه.

**ج. الحركية رقم 03: مخطط نوعية السياحة (PQT<sup>1\*</sup>):** الهدف من مخطط نوعية السياحة هو تطوير نوعية العرض

السياحي الوطني والذي يرتكز على التكوين والتأهيل بإدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كما يتعلق تنفيذه بمجموعة من الشركاء السياحيين من وكالات السياحة والسفر، الفرق السياحية المحلية، ويتم تنفيذ المخطط وفقا لإجراءات واليات من وسائل الإعلام والاتصال، والاستقبال الشخصي (حسن الضيافة)، كفاءة العمال، مراقبة التصرفات والنظافة وعمليات الصيانة. وبناء على ذلك حددت أهداف استراتيجية لتكوين الموارد البشرية منها:

● تعزيز القدرات التنظيمية، والكفاءات واحترافية عمال التأطير في المدارس؛

● ضمان ميزة تنافسية للبرامج البيداغوجية؛

● إعداد مقاييس للتربية والتكوين السياحي.

وفي هذا الصدد سيتم تحديث المدارس الموجودة وهي:

● المدرسة الوطنية العليا للسياحة - الجزائر العاصمة ENST؛

\*PQT : Plan de la Qualité Touristique.

- المعهد الوطني لتقنيات الفنادق والسياحة- تيزي وزو INTHT؛
- المعهد الوطني للفنادق والسياحة-بوسعادة وزو INTHT.

كما سيتم إنشاء مدرستين سياحيتين هما:

- المدرسة السياحية لتييازة؛

- المدرسة السياحية بعين تيموشنت.

إضافة إلى فتح 07 مدارس تابعة لوزارة التكوين والتعليم المهني في كل من الطارف، تلمسان، عين البنيان بومرداس، تيزي وزو، تمنراست غرداية.

**د. الحركية رقم 04: مخطط الشراكة العمومية-الخاصة (PPP\*):** إن تأثيرات السياحة الاجتماعية والاقتصادية والمالية والسياسية والثقافية، وطبعا البيئية تستدعي عمل متفق عليه، وتبادل للخبرات حول إشكاليات الاستدامة، والتوازن بين كل من البيئة والاقتصاد والمجتمع في إطار التنمية المستدامة للسياحة، فلا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال عمومي وخاص.

في هذا المجال تلعب الدولة والجماعات المحلية دورا ضروريا، خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع منشآت البنية التحتية كالمطارات والطرق والحفاظ على النظام العام والأمن وإدارة المتاحف والصروح التاريخية في خدمة السياحة، وهذا يتم إذا ما توفر إطار تنظيمي مشجع، وتشريع ضريبي واجتماعي مكيف وطبيعة نشاط كل مشروع استثماري سياحي.

ويأتي مسعى مخطط الشراكة العمومية-الخاصة بوصل الشبكة السياحية وجعلها منسجمة وآجل ذلك يكون من الضروري:

- إيجاد شراكة بين مختلف الفاعلين والعاملين في شبكة الإنتاج وتوزيع المنتج السياحي: أصحاب الفنادق، المطاعم، المرشدين، المنشطين....؛
- ربط المرقمين والمطورين، والمستثمرين بالنظام المصرفي والمالي لضمان إعداد مشاريع مريحة وقابلة للاستمرار.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> المخطط الاستراتيجي، المرجع سبق ذكره، ص ص 48-52.

\* PFT :Programme de Financement du Tourisme.

\*\* PME :Petites et Moyennes Entreprises.

هـ. الحركية رقم 05: مخطط تمويل السياحة (\*PFT): بحكم أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري بطيء فإن عملية تحسين الريح الداخلي منها، كهدف للشريك، للمركبي والمطور، تتطلب إيجاد دعم ومرافقة من الدولة في العمليات الخمس، وهذا هو دور مخطط التمويل من خلال ما يلي:

- حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة (\*\*PME)؛
- السهر على استمرار المشاريع السياحية وعدم تأخرها أو توقفها؛
- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب؛
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية؛
- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية، وبخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار. ومنه يتعلق الأمر بـ:

- مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع في اخذ القرار من حيث تقدير المخاطر من تمويل عتاد الاستغلال؛
- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية؛
- التمديد في مدة القرض.

ووفقا لذلك يقوم بنك الاستثمار بالهندسة الأولية لإطلاق المشاريع بالتكفل بكل جزء من الدراسات من التشخيص والمساعدة على التصميم والقيام بدراسة جدوى المشروع. وتقدم الدعم المالي بتمويل 80% للدراسات التي سقفها 500.000 دج و50% للدراسات الثقيلة التي سقفها 5.000.000 دج. كذلك يقوم بالمساعدة لاقتناء عتاد الاستغلال لتشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (مثلا خدمات النقل والإطعام) والسماح لهم بتكثيف أفضل في المقصد السياحي بفضل المساعدة في تمويل العتاد الجديد.<sup>1</sup>

### 3.3. تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية -المخطط العملي-

يتمثل الرهان في تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في ملاءمته في كافة مراحل تطوره (الإعداد والتنفيذ والمتابعة) مع المتعاملين والفاعلين المركزيين والمحليين في السياحة بمختلف الرتب (إطارات فندقية، أصحاب مطاعم، القائمين على الرحلات، المرشدين، الفاعلين والجمعيات).

وفي إطار ذلك سمح التشخيص والتدقيق للذات أنجزا في إطار إعداد المخطط تحديد تعريف تطلعات الزبائن المحليين والدوليين، إبراز القدرات والرهانات السياحية الكبيرة للبلاد وتعريف الاختلالات التي يمكن أن تعيق التنمية السياحية لكن في نفس الوقت الانعطافات التي يمكن أن تدعهما.

<sup>1</sup> المخطط الاستراتيجي: المرجع سبق ذكره، ص ص 57-60.

تشكل السياحة مصدرا اقتصاديا بديلا لنموذج التنمية الحالي انطلاقا من مفعولها الثلاثي:

- ❖ على التوازنات الاقتصادية الكلية (الشغل، النمو، الميزان التجاري، المالي والاستثمارات)؛
- ❖ أثارها على القطاعات الأخرى (الزراعة، الصناعة التقليدية، الثقافة، النقل، الخدمات، البناء والري والصناعة....)؛
- ❖ تحقيق الانفتاح على المستوى الوطني والدولي؛
- ❖ كما يفترض التنفيذ الدائم للمخطط التوجيهي، القيام بأربعة أعمال أساسية:
- ❖ إعادة تنظيم النشاط السياحي في إطار الإدارة الجديدة؛
- ❖ تحديد قواعد التهيئة وفقا لمستويات قدرات التحمل البيئي والديمقراطي، لضمان ديمومة التنمية؛
- ❖ إدارة السياسة السياحية لضمان قيادة هذه السياسة وتعديلها التدريجي وبالنتيجة مراقبتها؛
- ❖ تحسيس المجتمع بالفعل السياحي لإعادة تكييف السياحة من قبل المواطن وتحضيره ليكون فاعلا في السياحة.

### 1.3.3. الإدارة السياحية الجديدة:

تمر التنمية السياحية عبر ترقية وتأسيس إدارة سياحية جديدة تسعى إلى تشجيع إقامة تفاعل بناء بين الفاعلين الرئيسيين الثلاثة للتنمية السياحية، تتولى الدولة تصميم السياسة السياحية وطنيا وتقوم الجماعات المحلية بتنفيذها على المستوى الجهوي والمحلي بموجب إنشاء بيئة سياسية وقانونية وبرامج تنمية مسندة لترقية النوعية والعلامة التجارية للوجهة الجزائرية تتيح للفاعلين الاقتصاديين الحاملون للمشاريع الاستثمارية المولدة للموارد، للثروة وللوظائف، بالإضافة إلى المجتمع الذي يساهم في التشكيل النهائي للمشاريع المحددة في مختلف الأقطاب، كما يسهل التفاعل السياسي والاجتماعي بتحفيز ومساعدة السكان على المشاركة في النشاطات السياحية وتنمية ثقافة سياحية مؤسسة على مكاسب الحضارة كما تسمح الإدارة بضمان تنفيذ المشاريع في إطار شفاف وبرؤية متجانسة تتسم بقابلية الانجاز التقني والاقتصادي وكذا التخطيط للربط الجيد للأعمال في المدة الزمنية المحددة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط العملي، الكتاب الرابع، جانفي 2008، ص ص 2-6.

ويأتي الإطار الجديد للعمل العمومي في الإدارة السياحية كما يبينه المخطط التالي:

الشكل رقم 3-3: الوزارة المكلفة بالسياحة



المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط العملي، الكتاب الرابع، جانفي 2008، ص 7.

يتضح من خلال الشكل أن الإدارة السياحية الجديدة تعتمد على تعزيز الإطار المؤسساتي الوطني والمحلي، من

خلال إعادة تنظيم الهياكل المركزية والمصالح الخارجية للسياحة وتعزيز الفضاءات الوسيطة المتمثلة في:

أ. الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (\*\*ANDT): تعد الأداة الرئيسية المتخصصة والمسؤولة عن التسيير، والتنمية

والحفاظ والاستغلال العقلاني للعقار السياحي وعليه فهي العامل الأساسي المكلف بتطبيق السياسة الوطنية للتنمية

السياحية المستدامة.

ومنه تعمل على تهيئة الأراضي المعتمدة والتي تُخدم الاستثمار السياحي وأنجاز الشبكات القاعدية لها كما تقوم بمرافقة إدارة السياحة في تصور وأنجاز استراتيجية التنمية السياحية من خلال إنجاز الدراسات الاستراتيجية للتهيئة السياحية للولاية (SDATW)<sup>1</sup>.

ب. **الديوان الوطني للسياحة (ONT\*)**: مجمل مهامه تنصب بوصفه أداة للترقية المؤسساتية، وهذا قصد تحقيق فعالية أكبر في مجال الترقية والتسويق والعلاقات العامة التي لا يمكن ضمانها إلا من خلال أداة فعالة للتصور والتأطير ومتابعة التنفيذ والتقييم.

### 2.3.3. إدارة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025):

تتطلب تعقيدات الأعمال السياحية توفر إدارة تضمن إطلاق ومتابعة المخطط التوجيهي ومتابعة المشاريع المسطرة والقيام بعملية تحديث المخطط وتكييفه مع المتطلبات المحلية، كما تتطلب الإدارة تنظيماً مدعوماً من قبل مكتب دراسات وتمثل في لجنة قيادة ومراقبة التنمية السياحية مكونة من إطارات وزارة السياحة.

تتمحور مهامها الأساسية في مراقبة المشاريع السياحية، وتحضير اجتماعات العمل واتخاذ القرارات النهائية المتعلقة بالمشاريع التي يتوجب تنفيذها وخاصة ضمان تنفيذ ومراقبة المشاريع السياحية. بالإضافة إلى إدارة خاصة بمهام كل قطب، بحيث يعين مكلف بمهمة لكل قطب سياحي مهيكّل، يتولى الاتصال مع مختلف المتعاملين المحليين حول مشاريع القطب السياحي للامتياز المكلف به، يقدم التقارير للوزارة عن حالة تقدم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الميدان وعن تحقيق المشاريع السياحية في كل قطب وعن الاختلالات، والاحتياجات والتطلعات المحلية.

وعليه سيتم الاستعانة بمكتب تسيير الذي يتعين عليه أن يضمن عشر مهمات أساسية هي:

أ. إنجاز دراسات تحديد المشاريع وتحضير إعلانات المناقصة؛

ب. المساعدة في إطلاق وتحليل إعلان المناقصة لصاحب المشروع؛

ج. المساعدة في تحضير العقد لصاحب المشروع؛

د. الإشراف، الفحص والتصديق على الدراسات لصاحب المشروع (خارج دراسات التنفيذ)؛

هـ. المساعدة في إعداد ملفات الاستشارة للمؤسسات؛

و. المساعدة في تحضير الملفات الضرورية للحصول على رخص البناء؛

ز. المساعدة على إطلاق إعلانات المناقصة للمؤسسات المستخدمة؛

\*\*ANDT :agence Nationale de développement du tourisme.

<sup>1</sup> www.andt .dz.org. consulté le ,5/05/2019,15 :03.

\*ONT :Office National du Tourisme.

س. المساعدة على تحضير عقود هذه المؤسسات؛

ش. الإشراف على دراسات التنفيذ، الأشغال؛

ح. المساعدة على استغلال المواقع وفتحها للجمهور.<sup>1</sup>

تشكل مسألة العقار السياحي التي يكمن جزء كبير منها في التبنّي العاجل لمقاربة جديدة لإعداد وتهيئة وتسيير الوعاء العقاري في مناطق التوسع السياحي والقرى السياحية للاعتماد على امتياز في حركة السياحة. كما يشكل تنوع وضعيات الملكيات المدججة في هذه المناطق (الأماكن الوطنية العمومية، الأماكن الخاصة)، عقبات كبيرة في تسيير العقار السياحي.

ومن أجل إزالة هذه العقبات، تم اقتراح إقامة تشاور وصيد وحيوي مع الدوائر الوزارية المعنية بغية تحديد ملموس للطريقة العملية الأكثر ملائمة، عن طريق تغيير النصوص التشريعية والنظامية، التي تسمح بالمعالجة المرنة والناجعة لمسألة العقار السياحي. ومنه تتوقف الانطلاقة في 2008-2015 على ثلاثة شروط:

- مطلب تطهير العقار السياحي: من خلال إطلاق برنامج تحسين وتطهير وتسيير للعقار السياحي، قصد وضعه تحت تصرف المستثمرين والمقرنين الذين ابدوا اهتمامهم بالأقطاب السياحية للاعتماد.
- إعادة تشكيل المخزون العقاري: يتعين أن يستخدم إعادة تشكيل المخزون العقاري، كأرضيات سياحية مدججة لزيادة مخزون العقار السياحي الكامن وذلك بواسطة عمليات التعيين، التحديد والتصريح بواسطة التنظيم.
- التواصلية: مرافقة الأعمال والعمليات المرتبطة بالوصول إلى الأرضيات والقرى السياحية للاعتماد (VTE) بواسطة:

- إنجاز هياكل الوصول من خارج مناطق التوسع السياحي ZTE؛

- إعداد مخطط للمرور والوصول خاص بكل مشروع؛

- تهيئة كل مشروع.

### 3.3.3. وضع جدول لتقييم التنمية المستدامة:

تتطلب التنمية السياحية تطويرا للنشاطات البشرية مما يؤدي بصفة نظامية إلى بعض الآثار السلبية والتي من بينها:

أ. زيادة في حجم النفايات ( نفايات الورشات، نفايات منزلية، نفايات المنشآت السياحية....)؛

<sup>1</sup> تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط العملي، المرجع سبق ذكره، ص ص 11-16.

- ب. زيادة في استهلاك المياه، وزيادة في مخلفات المياه المستعملة وتغيير في أنظمة تصريف مياه الأمطار؛
- ج. تلوث نتيجة لاستعمال وسائل نقل غير كفيلة بالبيئة؛
- د. زيادة الطلب على الطاقة ( للتدفئة، الإنارة....)؛
- هـ. إزعاج السكان المحليين (ضجة ،سلوكيات غير لائقة.....).
- ومنه تستدعي التنمية السياحية مقارنة نسقيه، تأخذ في الحسبان مجموع العوامل المساعدة على تهيئة منسجمة تربط هذه العوامل فيما بينها وهذا ما يمثله الجدول التالي:

الجدول رقم 3-13: تقييم التنمية المستدامة

البعد البيئي		
عناصر القياس	المؤشرات الممكنة	المعايير
تطوير خصائص المناظر عدد الأيام وكمية المياه عدد الزوار في الفضاءات الأكثر ارتيادا	سحر المناظر. استهلاك المياه. الكثافة السياحية.	التجديد هل تسمح السياحة بتجديد الموارد؟
مراقبة التعمير فعالية أنظمة التطهير وجود نفايات محدد التعمير	الفضاءات الحساسة. معالجة المياه. معالجة النفايات. الأخطار الطبيعية.	الوقاية هل يتم التحكم في مخاطر تدهور البيئة؟
وجود لوحات إرشادية، ومطويات تقويم السكن والمنتجات التقليدية تواجد على نقاط البيع المباشر للمنتوج المحلي	الشهرة. المعلومات. دعم المشاريع. التسويق.	الترميم هل تتمعن السياحة التراث البيئي والثقافي؟
التوازن بين المناطق الخضراء والمبنية، زراعة الورد، معالجة الفضاءات العمومية عدد الايام المكتتضة ،وجود ترتيبات قانونية خاصة.	الجماليات نوعية حركة سير الطرقات الروائح والضجيج	الإطار المعيشي هل تساهم السياحة في خلق إطار معيشي ملائم؟
البعد الاجتماعي		
عناصر القياس	المؤشرات الممكنة	المعايير
عدد السكنات المخصصة للموسميين التعرف على النشاط المنتج، توسيع مناصب الشغل والخدمات في الإقليم	ظروف الحياة للموسميين إدراك الفلاحين، الحرفيين والصناعيين الانتشار المكاني للتنمية	التعرف هل آن الفاعلين المحليين متمعنون من طرف الأنشطة السياحية؟
توفر التبرصات التأهيلية عمليات الدعم للمجموعات والمهنيين	التكوين إقامة المؤسسة	الوقاية هل تشجع السياحة إدماج كافة المتعاملين؟

حضور المنظمات الجماعية من اجل الشراء، التسويق، النقل، الترقية، وتسيير المواقع وجود بيئة إعلام وعمل نشيط.	الخدمات المشتركة التنشيط	الشراكة هل المتعاملون السياحيين متضامنون في الإقليم؟
الأهمية النسبية للزيائن ذوي الدخل الضعيف، والمتمدرسين توفير تجهيزات الاستقبال للزيارات اليومية	تنوع الزبائن السياحة على أطراف المدينة	إمكانية الوصول هل السياحة في متناول أكبر قدر من السكان؟
<b>البعد الاقتصادي</b>		
<b>عناصر القياس</b>	<b>المؤشرات الممكنة</b>	<b>المعايير</b>
تطوير السكان النشطين، مجموع السكان السواح تطور التشغيل المحلي والسياحة الدائمة والموسمية	السكان التشغيل المحلي	المردودية ماهي الحيوية الاقتصادية للسياحة؟
شراء المواد الأولية المحلية . نسبة%النشطاء المشاركين في السياحة وفي الأنشطة الأخرى عدد مناصب الشغل في البناء، نسبة% الفلاحين ذوي الدخل السياحي.	الشبكة الاقتصادية تعدد الأنشطة الأثر الاقتصادي	الاندماج الإقليمي هل السياحة مندمجة ف اقتصاد الإقليم؟
عدد المواسم وأيام الاكتظاظ التنوع الاجتماعي والجغرافي، تشكيلات الإيواء. عدد المواقع والأنشطة التي تضع شهرة الإقليم.	عناصر الموسم سقف الزبائن الجاذبية	المرونة هل الأنشطة متنوعة؟
النسبة المئوية للمؤسسات المملوكة، والمسيرة من طرف الفاعلين المحليين (التجهيز، البيع بالترقية). المراقبة التجارية.	مسئولي المؤسسات التنظيم الإعلام	الديمومة هل السياحة مهددة بالتطور الاقتصادي والاجتماعي؟

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط العملي، المصدر سبق ذكره، ص24.

أما من ناحية البصمة البيئية، تحتل الجزائر مساحة 44.8 مليون هكتار من الأراضي والمياه المنتجة. من تلك المساحة هناك 1.5 مليون هكتار من الغابات، و8.4 مليون هكتار من الأراضي الزراعية، و32.9 مليون هكتار من

المراعي، و1.1 مليون هكتار لدعم البنية التحتية في البلاد، كذلك مليون هكتار من المياه الداخلية لدعم مصائد الأسماك.

وإذا أخذنا بعين الاعتبار الفروقات بين معدلات الإنتاجية الإقليمية بالنسبة للأراضي الزراعية والمراعي والغابات ومصائد الأسماك مقارنة بمستويات الإنتاجية العالمية المقابلة، فإن إجمالي القدرة البيولوجية للجزائر هو 19.3 مليون هكتار عالمي، وهذا أقل بكثير من بصمتها البيئية الإجمالية البالغة 56.7 مليون هكتار عالمي.

يشار إلى أن معدل البصمة البيئية للفرد في الجزائر هو 1.7 هكتار عالمي، أي أكثر بقليل من نصف البصمة البيئية العالمية للفرد البالغة 2.7 هكتار عالمي. وبالمقارنة مع بقية العالم، فإن معدل البصمة البيئية لكل مقيم في الجزائر هو صغير جدا بحيث أنه لا يفي بالاحتياجات الأساسية من الغذاء والمأوى والصحة والمرافق الصحية. ومن أجل تحقيق تحسينات أساسية في نوعية الحياة، ينبغي تأمين سبل وصول أفضل إلى الموارد الطبيعية لقطاعات عديدة، علما بأن تحقيق هذا الأمر ينطوي على عدة استراتيجيات منها تحسين ملحوظ في كفاءة الموارد وتنمية القدرة البيولوجية من دون تكثيف إنتاج الموارد.<sup>1</sup>

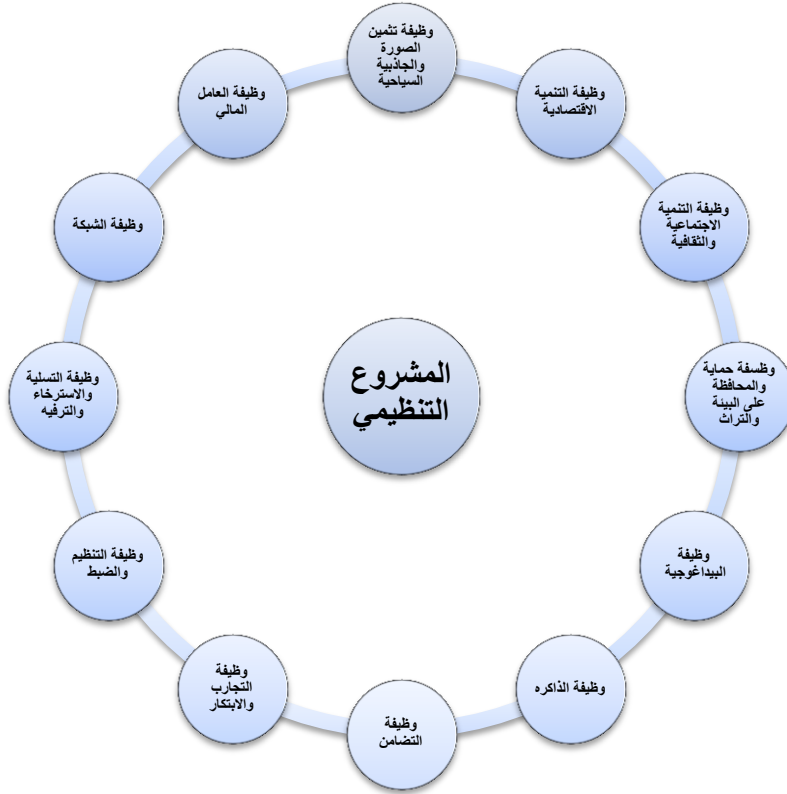
### 4.3.3. استعمال التحليل الوظيفي في تركيب المنتجات السياحية:

تستجيب المشاريع السياحية خارج البحث عن العائد إلى مجموعة من المتطلبات والتي يمكن توضيحها من خلال

الشكل الموالي:

<sup>1</sup> تقرير المنتدى العربي للبيئة والتنمية العربية AFED 2012، البيئة العربية 5 خيارات البقاء، البصمة البيئية في البلدان العربية، ص58.

## الشكل رقم 3-4: التحليل الوظيفي في تركيب المنتجات السياحية



المصدر: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط العملي، المصدر سبق ذكره، ص 25.

والنتيجة التي يمكن استنتاجها انه وفي ظل استعمال التحليل الوظيفي يسمح بتمييز ثم ترتيب وظائف المنتج المنتظر للتوفيق في خلق منتج سياحي يتلاءم وطبيعة المنطقة أو الإقليم المدروس، ومنه تأتي ورقة طريق تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كالآتي: والتي تمثل المرحلة الأولى من تنفيذ المخطط والتي تسعى إلى تحديد إطار التنفيذ والترتيبات التنظيمية والنشاطات التي يتعين القيام بها وكذلك المدة الزمنية.

أ. وضع هيكل القيادة: يتم ذلك بتعيين مدير الهيئة ومختلف الرؤساء المكلفين بالمهام تكون مهمتهم تحديد البرنامج التقديري لإنجاز المخطط التوجيهي، وشرح أهدافه ومحتواه مع توضيح دور كل متدخل.

ب. تنظيم ورشات العمل لكل مشروع: للتطرق لكل مشروع وتحديد مخطط العمل وأولويات التدخل ومعالجة مختلف الإشكاليات كالفروع العقارية، والهياكل المالية وتحديد الحصص العمومية من الميزانية التقديرية (الإضاءة العمومية، توسيع المطارات....).

ج. تعريف الاستراتيجية وفقا لكل قطب سياحي: وذلك بتحديد مراحل تنفيذ مخطط العمل على مستوى القطب، وإعداد رزنامة تقديرية بما يتناسب ومختلف الدراسات الخاصة بدراسة السوق، دراسة قابلية الانجاز، ودراسات التهيئة... الخ.

د. انطلاق المرحلة قبل العملية للمخطط: عند اجتماع اتصالي مع ممثلي القطاعات الأخرى، الفاعلين المحليين المعنيين بكل مشروع وممثلي مختلف الفروع من أجل الشروع في الدراسات، واختيار مقدمي الخدمات ومتابعة الدراسات، كذلك البحث عن المستثمرين والمقيمين والمطورين، حيث تم برمجة جلسات وطنية للتنمية السياحية لآفاق 2025 مع نهاية سنة 2007-2008، بعنوان إطلاق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 من أجل تحول الجزائر إلى بلد سياحي. كان الهدف منها جمع كافة المتعاملين والشركاء في السياحة، وفي إطار تشاركي، للتعرف على الاستراتيجية التنموية وإثراء المناقشة حول الحركات الخمس للمخطط.

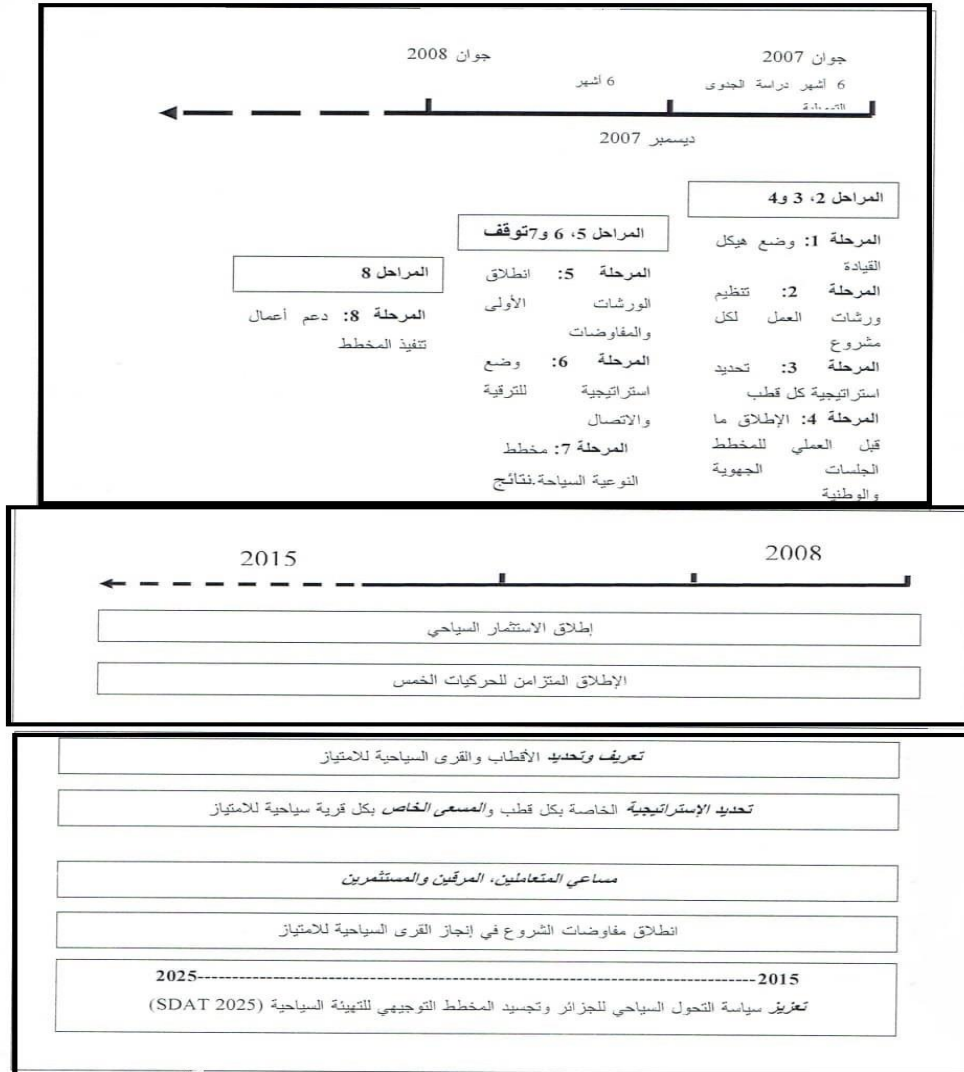
هـ. انطلاق أول الورشات والمفاوضات: بمجرد انطلاق الورشات الأولى، يتعين على رؤساء المهام الشروع في المفاوضات الضرورية لتنفيذ المشاريع من اقتناء العقار، البحث عن التمويل، دعم المرافقة، التعرف على الشركاء. و. وضع استراتيجية للترقية والاتصال: بتركيز الضوء على المتعاملين السياحيين ووكلاء الأسفار من أجل استعادة الثقة وتجديد صوره الجزائر وإعطاء ضمانات بإحداث تنمية سياحية ذات نوعية ومنه يجب أن تكون الاستراتيجية على مراحل متتالية من تحديد الأسواق المستهدفة، التعريف بالمنتجات، وتحديد وسائل الاتصال.

ز. إطلاق مخطط نوعية السياحة: يأتي ذلك بتحديد ومعرفة المؤسسات الفندقية (فنادق، محميات، اقامات...)، أصحاب المطاعم، الدواوين السياحية المحلية، وكالات السياحة والسفر، حيث تشمل عملية (مخطط نوعية السياحة) «20% من الحظيرة الفندقية».

س. تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025): تقوم هيئة القيادة بعقد اجتماع كل ستة أشهر الموقوف على درجة تقدم المشاريع وإحصاء الاختلالات لإعادة ضبط طريقة العمل الضرورية.<sup>1</sup> ويمكن توضيح ذلك من خلال المخطط التالي:

<sup>1</sup> تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط العملي، المرجع سابق ذكره، ص 32، 35.

الشكل رقم 3-5: مؤشر الجدول الزمني - ورقة الطريق -



المصدر: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط العملي، المصدر سبق ذكره، ص 36.

## خلاصة الفصل الثالث:

تعتبر الجزائر من بين الدول التي تتوفر على المؤهلات الطبيعية والمقومات البشرية والإمكانيات المالية التي تمكنها من تحقيق قفزة نوعية نحو بعث القطاع السياحي لتكون من الدول الرائدة إقليميا في المجال السياحي، إلا أن الواقع يشير إلى عكس ذلك، فالقطاع السياحي في الجزائر ظل ولسنوات عديدة مضت رهينة لسياسات التنمية الوطنية التي وجدت في قطاع المحروقات خيارا شبيه وحيد في جلب العملة الصعبة وتدعيم الخزينة وممولا رئيسيا لعملية التنمية التي وبالرغم من الانجازات المحققة ظلت تراوح مكانها بسبب اقتصر سبل تحقيقها على قطاع المحروقات وإهمال باقي القطاعات الأخرى، حيث تبقى حصة المحروقات في الصادرات تمثل ما نسبته 97.07% .

السياحة اليوم في الجزائر أصبحت ضرورة بل وحتمية، فرغم ما تملكه البلاد من طاقات نفطية إلا أن تحقيق التنمية الفاعلة في القطاع الاقتصادي يركز بالاستعانة على أكثر من مورد أي التنوع الاقتصادي (صناعي، زراعي، سياحي...)، ويعتبر القطاع السياحي موردا بديلا مكملا آن أحسن استغلاله مع وجود ثقافة سياحية لدى أفراد المجتمع لبلوغ الأهداف السياحية وهي بدورها أهداف التنمية المنشودة، إلا أن بيئة الأعمال في الجزائر مازالت ضعيفة وتنقصها العديد من العوامل التي تكبح الاستثمارات وفي مثل هذه الحالة يكون الاستثمار السياحي قاعدة وركيزة أي اقتصاد قابل للنمو بشرط أن يتوفر على عدة شروط تجعله ينمو ويتطور.

فإذا نظرنا إلى السياسة السياحية للاستثمارات في الجزائر وذلك من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية نجد أن هناك نظرة جادة في تطوير القطاع تتضمن التوسع السياحي عبر جميع أقاليم الوطن، إلا أن ما يلاحظ على هذا المخطط هو عدم الاهتمام بمجموعة كبيرة من المتغيرات التي شملتها تقارير التنافسية السياحية، إضافة إلى سير هذا المخطط يتميز بعدم وجود آلية يتم بموجبها تقييم التقدم الحاصل على مستوى التنفيذ وعدم توفر بيانات في هذا الصدد.

يشكل الهيكل الاقتصادي محورا أساسيا في التنمية لأي بلد، سواء كان هذا البلد متقدما أو ناميا، على اعتبار أنه يعكس المساهمة النسبية للقطاعات في تكوين الناتج والدخل الوطني، وبالتالي استغلاله بدرجة مثلى يؤدي إلى تحقيق الأهداف العمة للاقتصاد ككل ومنها التنمية الاقتصادية، هذه الأخيرة تتمثل في عملية تحول لكافة مكونات وأجزاء الاقتصاد، فضلا عن التشابكات والعلاقات الهيكلية والضمنية بين القطاعات بما يؤدي إلى تحقيق أعلى وتيرة للنمو تضمن الاستقرار والتوازن في الهيكل الاقتصادي دون الاعتماد على سلعة واحدة أو قطاع رئيسي واحد كمصدر للدخل، وما يعنيه ذلك من احتمال تعرض الاقتصاد لمخاطر التقلبات الحادة والصدمات الخارجية ومنه إيجاد مصادر دخل بديلة ومتنوعة.

وقد تبين من هذه الدراسة إن قطاع السياحة يعتبر من أهم القطاعات التي تستحث النمو، وتنشط ديناميكية البناء الهيكلية اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وحضاريا، إذ تحتل السياحة وزنا نسبيا مرجحا في معظم اقتصاديات الدول بإسهامها في توليد الناتج الوطني وتوفير فرص عمالة وجذب الاستثمارات الداعمة للاقتصاد ومحاوله إصلاح الخلل في الميزان التجاري وتنمية العلاقات الاقتصادية الدولية.

وعلى الرغم من توفر الجزائر على العديد من الموارد السياحية، تبقى مؤشرات القطاع السياحي بعيدة كل البعد عن قيمة وأهمية تلك الموارد التي تتوفر عليها، هذه الوضعية تستدعي إعادة التفكير في السياسة السياحية، خصوصا وأن الجزائر تتوفر على المؤهلات والشروط الطبيعية والجغرافية والبشرية التي تجعل منها وجهة سياحية رائدة، فلماذا لا يتم الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في المجال السياحي؟ وعلى رأسها: مصر، تونس والمغرب، من أجل رسم معالم سياسة سياحية تسمح للجزائر بأخذ مكانها ضمن السوق السياحي العالمي، ولا يتم ذلك إلا من خلال تهيئة الظروف والمناخ الملائم والإطار القانوني والتشريعي، والعمل بالتخطيط السياحي، والتسويق السياحي للتعريف بالمنتج السياحي الجزائري في السوق العالمي للسياحة.

#### - نتائج البحث:

بناء على ما تقدم خلص البحث إلى جملة النتائج التالية:

- ❖ إن ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني الجزائري يعود أساسا إلى إهماله في مختلف برامج التنمية الاقتصادية، واعتباره غير ذي أهمية مقارنة بالقطاعات الأخرى في الاقتصاد؛
- ❖ غياب سياسة تسويقية للمنتج السياحي في الجزائر، إذ لا يحظى هذا الأخير بأي اهتمام في وسائل الإعلام والاتصال، وهذا مما جعل هذا المنتج غير قادر على المنافسة في السوق السياحية الدولية، بعبارة أخرى لم تتمكن الجزائر من استغلال مقوماتها السياحية المتعددة والمتنوعة؛

❖ يظهر أداء قطاع السياحة في الجزائر ضعيفا وغير ذي قيمة في التنمية الاقتصادية للبلاد، من واقع إيرادات هذا القطاع، ومدى مساهمتها في تكوين الناتج المحلي الإجمالي؛

❖ تتوفر الجزائر على العديد من المقومات التي تجعل منها مقصدا سياحيا وهذا بفضل الموارد الطبيعية والموقع الجغرافي والتطلع إلى تطوير وترقية الاستثمار السياحي من خلال سن التشريعات والقوانين المحفزة له، إلا أنه يلاحظ ضعف موقع التنمية السياحية من حيث تطبيقها بالرغم من المخصصات المالية المقررة لقطاع السياحة، مع تواضع نوعية المنشآت السياحية والخدمات وضعف وقصور في المرافق الأساسية؛

❖ يعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامجا شاملا هدفه ترقية القطاع السياحي وترويج وجهة الجزائر كمقصد سياحي، إلا أن الافتقار إلى استراتيجية واضحة المعالم حول السياحة وآفاق تطويرها أدى إلى عدم وضوح الرؤية السياحية، مما يؤثر في المجالات الاقتصادية والبيئية للبلد (الجزائر)؛

❖ ضعف مساهمة القطاع السياحي في حل مشكلة البطالة وإحداث مناصب شغل، وسبب ذلك قلة الاستثمار السياحي الوطني والأجنبي، إضافة إلى نقص مراكز التكوين والتأهيل مما أدى إلى افتقار هذا القطاع إلى عمالة متخصصة في هذا المجال؛

❖ تسجيل ميزان السياحة والسفر لعجز دائم خلال الفترة محل الدراسة، بسبب كون إيرادات القطاع السياحي اقل من مدفوعاتها؛

❖ مناخ الأعمال في الجزائر مزال ضعيفا نظرا لغياب العديد من العوامل المتحكمة في الاستثمارات كحكومة الشركات والبنوك، وتعطل برنامج الخصخصة، والقطاع الموازي، والتأخر في الهياكل القاعدية.... الخ.

#### - اختبار الفرضيات:

في ظل جملة النتائج المتوصل إليها تم اختبار الفرضيات كالتالي:

❖ تم إثبات الفرضية الأولى التي جاء في فحواها " يلعب قطاع السياحة دورا مهما في عملية التنمية وإقصاؤه يؤدي إلى إضعاف أداء الاقتصاد الوطني وحرمانه من مورد هام " مما يدل على الدور الكبير الذي يلعبه قطاع السياحة في عملية التنمية.

❖ وبخصوص الفرضية الثانية فقد تم إثباتها حيث تنص على " أن الجزائر تتميز بمقومات سياحية قادرة على المنافسة ".

❖ وفيما يتعلق بالفرضية الثالثة فقد تم إثباتها حيث تنص هذه الأخيرة على " أن اعتماد سياسة التنمية السياحية المستدامة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 في تعظيم آثارها الايجابية على

التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. كما يفترض أن الجهود التي تبذلها الجزائر لا تزال غير كافية مقارنة بالمعايير العالمية العصرية".

- اقتراحات البحث:

يمكن إدراج جملة من الاقتراحات والتوصيات العملية بغية الارتقاء بواقع السياحة في الجزائر في ظل الأوضاع التي يعاني منها القطاع كالاتي:

❖ تحديث الأساليب المتبعة في تقديم السلع والمنتجات السياحية للسياح والتي لها الدور الأساسي في تطوير الاستثمارات السياحية المتنوعة في المنطقة أو الإقليم أو البلد، وأن لا يكون مقتصرًا على نوع واحد من النشاط السياحي وأن تكون هذه المشاريع تتبع أساليب ذات تكنولوجيا حديثة؛

❖ إيجاد نوع من التوازن بين الاستثمارات السياحية والموارد السياحية المتاحة والذي يتم عن طريق التنظيم الكامل والمبرمج للتنمية؛

❖ ضرورة خلق مناخ تنموي مناسب وتطوير المنتج السياحي عن طريق تبني التخطيط والتنظيم؛

❖ ضرورة الربط بين الطلب السياحي الحالي والمتوقع بما يجب أن يتوفر في الموقع السياحي من عرض سياحي مستقبلاً؛

❖ العمل على تفعيل الإعلام السياحي من خلال اختيار صيغ الخطاب الإعلامي الملائم للفئات السياحية لتشكيل صورة ذهنية حول المقصد السياحي من حيث قيمته وعاداته وتقاليده؛

❖ تنمية الوعي السياحي؛

❖ إرساء عوامل الاستقرار الاقتصادي والسياحي للبلد المضيف على أن لا يكون أي نوع من التمييز ضد الاستثمارات الأجنبية؛

❖ نشر الوعي السياحي عن طريق تثقيف السواح من خلال وسائل الإعلان والترويج المختلفة، وتثقيف العاملين بالسياحة بدورات تثقيفية وتعليمية لغرض اكتساب مهارات أكاديمية وفنية، كذلك تثقيف مواطني البلد من خلال عقد ندوات ودراسات تبين للمواطنين أهمية السياحة والسواح في تطور البلد؛

❖ ضرورة التخطيط للأمن السياحي للوصول إلى تنفيذ الخطط الأمنية في إطار حركة التفاعلات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية محليا وإقليميا وعالميا.

أولاً: المراجع باللغة العربية:

أ. الكتب:

1. إبراهيم بضاضو، (2010): الجغرافيا السياحية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
2. أحمد أبو اليزيد الرسول، (2007): التنمية المتواصلة الأبعاد والمناهج، الطبعة الأولى، مكتبة بستان المعرفة لطباعة ونشر وتوزيع الكتب، الإسكندرية، مصر.
3. أدهم دهب مطر، (2014): التسويق الفندقي ومبيع وترويج الخدمات السياحية والفندقية الحديثة، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، دمشق.
4. بشار يزيد الوليد، (2008): التخطيط والتطوير الاقتصادي، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
5. بول سامويلسون، ويليام د. نوردهاوس، (2011): الاقتصاد، الطبعة الأولى، الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن،
6. ثامر ياسر البكري، (2008): استراتيجيات التسويق، الطبعة العربية، دار اليازوري، عمان، الأردن.
7. جلييلة حسن الحسين، (2006): دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية.
8. جمال حلاوة ود علي صالح، (2009): مدخل إلى علم التنمية، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
9. حاتم حميد محسن، (2010): الاقتصاد والتنمية، الطبعة الأولى، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا.
10. حسن لطيف الزبيدي، (2002): العولمة ومستقبل الدور الاقتصادي للدولة في العالم الثالث، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي، العين.
11. حسين بن سالم جابر الزبيدي، (2011): التضخم والكساد، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
12. حمدية زهران، (1982): التنمية الاقتصادية، مكتبة عين شمس، القاهرة.
13. حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس العلق، (2009): تسويق الخدمات مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي، الطبعة العربية، دار اليازوري، عمان، الأردن.
14. الحواث علي، (1984): مبادئ التنمية والتخطيط الاجتماعي، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، ليبيا.

15. رضا محمد، (2016): أساسيات الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
16. رعد مجيد العاني، (2008): الاستثمار والتسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز، عمان، الأردن.
17. رمزي علي إبراهيم سلامة، (1991): اقتصاديات التنمية، منشأة المعارف، الإسكندرية.
18. رياض الشيخ، (1989): المالية العامة، مطابع النجوى، القاهرة.
19. زيد منير سلمان، (2011): الأمن والسلامة في المنشآت السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، الأردن.
20. السبتي وسيلة، (2009): تمويل التنمية المحلية، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
21. صبحي محمد قنوص، (1999): أزمة التنمية، دراسات تحليلية للواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي لبلدان العالم الثالث، الطبعة الثانية، الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.
22. طارق الحاج، (1998): علم الاقتصاد ونظرياته، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
23. طارق الحاج، (1999): المالية العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
24. عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، (2004): التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الوراق: عمان، الأردن.
25. عبد الحميد القاضي، اقتصاديات المالية العامة والنظام المالي في الإسلام، مطبعة الرشاد، الإسكندرية، بدون تاريخ نشر.
26. عبد السميع علام، (2007، 2008): علم الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر.
27. عبد العزيز أبو نبعة، (2005): دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة منهج تطبيقي، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
28. عبد القادر محمد عبد القادر عطية، (1999): اتجاهات حديثة في التنمية، دار الجامعية، الإسكندرية.
29. عبد الوهاب الأمين، (2000): التنمية الاقتصادية المشكلات والسياسات المقترحة مع الإشارة إلى البلدان العربية، الطبعة الأولى، دار حافظ للنشر والتوزيع، جدة، العربية السعودية.
30. عصام حسن السعيد، (2008): الدلالة والإرشاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

31. عصام حسن السعيد، (2009): التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الولاية، عمان، الأردن.
32. عصمت عدلي، منال شوقي عبد المعطي أحمد، (2011): مقدمة في الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء للنشر، الإسكندرية.
33. عمرو محي الدين، التنمية والتخطيط الاقتصادي، دار النهضة العربية، بيروت، 19+76.
34. كامل بكري، (1986): مبادئ الاقتصاد، الدار الجامعية، بيروت.
35. ماهر عبد الخالق السيبي، (2001): مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة.
36. ماهر عبد العزيز توفيق، (2013): صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
37. محمد أحمد بيومي، (2002): علم الاجتماع الثقافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر.
38. محمد البناء، (2009): اقتصاديات السياحة والفندقة، الدار الجامعية الإسكندرية.
39. محمد عبد الفتاح أحمد، طابع عبد اللطيف طه، (2008): الجغرافيا السياحية، جامعة عين شمس.
40. محمد مبارك حجير، السياسة المالية والنقدية لخطط التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة، بدون تاريخ نشر.
41. محمد يسري إبراهيم دعبس، (2002): العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الطبعة الأولى، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية.
42. المخطط التوجيهي للتهيئة الإقليمية، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، الكتاب الثاني، جانفي 2008.
43. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الأقطاب السياحية السبعة للامتياز (POT)، الكتاب الثالث، جانفي 2008.
44. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط العملي، الكتاب الرابع، جانفي 2008.
45. مدحت القرشي، (2007): التنمية الاقتصادية (نظريات وسياسات وموضوعات)، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
46. مدحت محمد أبو النصر، (2009): تنمية الموارد البشرية، الطبعة الأولى، الروابط العالمية للنشر والتوزيع، حلوان، مصر.

47. مدحت محمد العقاد، (1980): مقدمة في التنمية والتخطيط، دار النهضة العربية، بيروت.
48. مروان أبو رحمة، ربما الحناوي، أنس بلبيل، هديل الحسن، (2001): مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
49. مريم مصطفى وآخرون، (2001): قضايا التنمية في الدول النامية، دار المعرفة الجامعية، السويس.
50. مصطفى يوسف كافي، (2009): صناعة السياحة والأمن السياحي " الأمن السياحي، الجزائر السياحية، الإرهاب، العولمة"، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا.
51. موفق عدنان عبد الجبار حميري، (2010): أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، دار الوراق، عمان، الأردن.
52. ميشال إدوراد، (2005): التنمية الاقتصادية، ترجمة: أ د محمود حسن حسني، دار المريخ، السعودية.
53. ناجي معلا، رائف توفيق (2002): أصول التسويق مدخل تحليلي، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، الأردن.
54. نسرين رفيق اللحام، (2007): التخطيط السياحي للمناطق الأثرية، الطبعة الأولى، دار النيل للنشر، القاهرة.
55. نعيم الظاهر، سراب إلياس، (2001): مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
56. وسن عبد الرزاق حسن، (2013): إضاءات في التنمية البشرية وقياس دليل الفقر الدولي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
57. يسرى دعبس، (2003): صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر.

ب. المقالات والمجلات:

58. آلاء محمد عبد الله، بشار محسن محمد، (2012): قياس وتفسير أثر بعض المتغيرات الاقتصادية في أثناء القطاع الزراعي، في بلدان نامية مختارة، مجلة زراعة الرافدين، العراق، (المجلد 40 - العدد 01).
59. إيمان عبد خضير، عبير علي كاظم، (1990 ، 2009): دور صناعة السياحة في تطور الاقتصاد العراقي للمدة ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، (المجلد 18، العدد 67)، جامعة بغداد.
60. خالد بورحيلي، عبد الرزاق مولاي لخضر، (2016): متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، مجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، ورقلة، الجزائر، العدد 4، جوان 2016.

61. زينب توفيق السيد عليوة، (2014): تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 25، جامعة المستقبل.
62. سعد إبراهيم حمد، (2011): واقع العرض والطلب السياحي في العراق، دراسة تحليلية، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، (المجلد 10 - العدد 4).
63. صحراوي محمد تاج الدين، (2017): السياحة في الجزائر بين الواقع والمأهول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 2.
64. صفاء عبد الجبار، مهدي وهاب نصر الله، (2009): قياس وتحليل العوامل المحددة للطلب الخارجي على السياحة الدينية في منطقة الفرات الأوسط باستخدام أسلوب التحليل العاملي (Fact analysis)، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 20.
65. عبد الصمد السعودي، بلقاسم السعودي، (2017): دور النقل السياحي في تنشيط وتفعيل القطاع السياحي بالجزائر لتحقيق التنمية، مجلة الأصيل، خنشلة، جوان 2017، العدد الأول.
66. عقيل قاسم هاشم، (2009): مستوى نتائج التخطيط الشامل والمبرمج للقطاع السياحي في ظل إدارة فعالة، مجلة خاصة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 17، العدد 1.
67. عمار شرعان، (2018): دورية دولية علمية محكمة، المجلة الدولية للدراسات الاقتصادية، المركز الديمقراطي العربي، المانيا برلين، العدد 2.
68. فينود توماس، (1992): دروس مستفادة في التنمية الاقتصادية، مجلة التمويل والتنمية، صندوق النقد الدولي.
69. مفيدة خالد الزقوزي، (2009): التنمية، مراجعة للمفهوم والأبعاد ومنهجية القياس، مجلة الجامعة المغربية، العدد السابع.
70. من إعداد قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز الدراسات والبحوث، (2011): الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية " الفرص والتحديات "، غرفة الشرقية، المملكة العربية السعودية.
71. نور الدين هرمز، (2006): التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سوريا، المجلد 28، العدد 03.
72. هناء عبد الغفار حمود، مغامس ربيع، (2011): دراسة الجدوى الاقتصادية لمشروع المجمع السياحي على بحيرة لسد العظيم في العراق، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 29.

73. هواري معراج، محمد سليمان جرادات، (2004): السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، الأغواط، الجزائر، العدد 17.

74. مقال بعنوان الحمامات المعدنية بالجزائر مقصد السياح من كل مكان، يومية الشرق الأوسط، العدد 10291، السعودية، 31 جانفي 2007.

ج. الملتقيات والمنتديات:

75. أشرف محمد دوابة، (2009): تكامل الأسواق المالية العربية- آفاق وتحديات، مؤتمر القضايا الملحة للاقتصاديات الناشئة في بيئة الأعمال الحديثة خلال الفترة من 14-15 أبريل، كلية إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

76. جبار محفوظ (2007): تكامل الأسواق المالية بين النظرية والتطبيق، دراسة حالة بعض الأسواق العربية، الملتقى الدولي الثاني -التكامل الاقتصادي العربي الواقع والآفاق يومي 17-17 أبريل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عمار ثلجي، الأغواط، الجزائر.

77. خبابة عبد الله: (2013): الاقتصاد المغربي ( النقود - البنوك التجارية - البنوك الإسلامية - السياسة النقدية - الأزمة المالية)، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، مصر.

78. زيدان محمد وآخرون، (2006): دور السوق لمالي في ميدان التنمية الاقتصادية بالجزائر -المعوقات والآفاق- ملتقى دولي حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات، دراسة حالة الجزائر والدول النامية.

79. سامي حطاب، (2007): دور الإدراج المشترك للأوراق المالية وإيصالات الإيداع الدولية في تكامل أسواق رأس المال العربية، ملتقى أسواق رأس المال العربية تحت عنوان تكامل أسواق رأس المال العربية والتحديات 17-19 فبراير عمان، الأردن.

80. سامي حطاب، (2008): تطور الأسواق المالية العربية: فرص التكامل و التنافس، الملتقى السنوي الثاني لسوق رأس المال الفلسطيني.

81. سليمان ناصر، ربيعة بن زيد، (2014): الصكوك الإسلامية كأداة تمويل التنمية الاقتصادية، ومدى إمكانية الاستفادة منها في الجزائر، المؤتمر الدولي حول منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية، والصناعة المالية الإسلامية، يومي 05 و06 ماي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.

82. عبد الرسول عبد جاسم (2006): سوق الأوراق المالية الدولية بين الاستثمار والاستثمار، موقع مركز المستقبل للدراسات والبحوث.
83. العسري عمر، (2009): البورصات المغاربية بين تأثيرات الأوضاع الداخلية وتداعيات الأزمة العالمية: (بورصة الدار البيضاء نموذجا في إطار دراسة مقارنة مع محيطها المغاربي)، جامعة محمد الخامس السويسي : الرباط، المغرب.
84. كاميل ساري، (2015): بلدان المغرب العربي في العالم بـ2% المبادلات التجارية، مركز الدراسات الاستراتيجية والدبلوماسية.
85. محمد الشكري، (2007): تجربة التكامل الاقتصادي لدول اتحاد المغرب العربي، المؤتمر المصري العربي السنوي: الدوحة، قطر.
86. ياسر محمد جاد الله، سيد إبراهيم عبد الفضيل، (2007):، الآفاق المستقبلية لأداء أسواق الأوراق المالية في ظل العولمة الاقتصادية، مؤتمر أسواق المالية والبورصات، المؤتمر العلمي الخامس عشر، جامعة الإمارات العربية المتحدة.
87. محمد العطا عمر، (2010): الندوة العلمية اثر لأعمال الإرهابية على السياحة، دمشق، 06-07-2010.
- د. دوريات غير منشورة:
88. أحمد أديب أحمد، (2006): تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.
89. إلياس عياشي، (2008،2009): الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجل " مدينة جيجل نموذجا"، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الحضري، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة.
90. بلدي لقمان، (2017،2018): تهيئة وتسيير النشاط السياحي بساحل العوانة، ولاية جيجل، مذكرة ماستر في تسيير التقنيات الحضرية، قسم تسيير التقنيات الحضرية، تخصص تسيير التقنيات الحضرية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي.

91. حميدة بوعموشة، (2011،2012): دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف.
92. خدامية أمال، (2011،2012): التنمية الاقتصادية في الجزائر بين التغيرات المحلية والدولية، مذكر ماجستير غير منشوره، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة.
92. دريدش يامين، (2016،2017): تفعيل النشاط السياحي لتحقيق التنمية المحلية، دراسة حالة ولاية المسيلة، مذكرة ماستر غير منشورة، قسم تسيير مدني، تخصص تسيير المدينة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
93. سعيدي توفيق، لعويجي مبروك (2016،2017): واقع التسويق السياحي في الجزائر، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
94. سماعيني نسبية، (2013،2014): دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة ماجستير في إدارة أعمال غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص استراتيجية، جامعة وهران، الجزائر.
95. سهام بجاوية، (2015،2014): التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة استرشادية بتجربة تونس، إسقاط على الجزائر، أطروحة دكتوراه، منشورات كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص الإدارة التسويقية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر.
96. صليحة عشي، (2010): الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة.
97. عامر عيسا نين "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر"، (2009): رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر-باتنة، سنة 2009.
98. عوينات عبد القادر، (2012،2013): السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000/2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT، أطروحة دكتوراه العلوم، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر.

99. فرح رواقات، (2013،2014): دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية، دراسة حالة مركب حمام الصالحين بخنشلة، مذكرة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص السياسة العامة والإدارة المحلية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
100. كواش خالد، (2003،2004): أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر.
101. محمود فوزي شعوي: السياحة والفندقة في الجزائر، دراسة قياسية 1974-2002، رسالة دكتوراه غير منشوره، جامعة الجزائر.
102. مروان صحراوي، (2011،2012): التسويق السياحي وأثره على الطالب السياحي حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق خدمات، جامعة أبي بكر القايد، تلمسان، الجزائر.
103. مفيدة ديب، (2012): رقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر.
104. مكاوي نسيم، (2015،2016): السياسة السياحية في الجزائر والمغرب " دراسة مقارنة "، مذكرة ماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة د.مولاي الطاهر، سعيدة.
105. نصر حميداتو، (2014،2015): النشاط السياحي في الجزائر وأثره على النمو الاقتصادي، مذكرة ماستر غير منشورة، قسم علوم تجارية، تخصص تجارة دولية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي.
106. هدير عبد القادر، (2005،2006): واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، رسالة الماجستير في علوم التسيير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية التسيير والعلوم التجارية، قسم علوم التسيير، تخصص نقود ومالية وبنوك، جامعة الجزائر، الجزائر.
107. وزاني محمد، (2010،2011): السياحة المستدامة واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة، مذكرة الماجستير غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبي بكر القايد، تلمسان، الجزائر.

هـ. التقارير والمراسيم:

108. دليل المفاهيم والتعريفات السياحية، سلسلة نشر الوعي السياحي، الإصدار الخامس.

109. الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، طبعة 1989.
110. يوسف عبد الله الصايغ، (1985): مقررات التنمية الاقتصادية العربية، المؤسسة العربية للدراسات، بيروت.
111. محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، (2005): التنمية الاقتصادية دراسات نظرية وتطبيقية، الإسكندرية، مصر.
112. صبري زاير السعدي، (1999): الاقتصاد السياسي للتنمية في السوق الرأسمالية العالمية، ملاحظات مستقاة من بعض التجارب العربية، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، عدد 11، 1999/249.
113. تقرير المنتدى العربي للبيئة والتنمية العربية AFED 2012، البيئة العربية 5 خيارات البقاء، البصمة البيئية في البلدان العربية.
114. التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة 2008، (2011): منشورات الأمم المتحدة، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، العدد 83، نيويورك.
115. من إعداد قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز الدراسات والبحوث، (2011): الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية " الفرص والتحديات "، غرفة الشرقية، المملكة العربية السعودية.
116. قرار رقم 458/83، الصادر بتاريخ 1983/07/23، المتعلق بالقانون الأساسي النموذجي للحظائر الوطنية في الجزائر، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 31، 1983.
117. الجريدة الرسمية رقم 11 الصادرة بتاريخ 19-02-2003، المادة 1-2 من القانون رقم 03-01.
118. الجريدة الرسمية رقم 11 الصادرة بتاريخ 19-02-2003، المواد 1-2 من القانون رقم 03-02.
119. الجريدة الرسمية رقم 11 الصادرة بتاريخ 19-02-2003، المواد 1-2 من القانون رقم 03-03.
- و، من القران الكريم:
120. سورة التوبة، الآية رقم 02.
121. سورة العنكبوت، الآية رقم 20.
- ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

**A. Les ouvrages :**

122. François Couilbault et constant Eliashberg, (2011): les grands principes de l'assurance, 10<sup>ème</sup> édition, l'argus de l'assurance, France.
123. Gerard Guibilate ,(1983): économie touristique ,édition DELIVA, Suisse.
124. Gilbert Della Ragione, (2007 ): Mercatique touristique, édition casteilla, paris.
125. Robert LANOUAR et al. 1995, tourisme et environnement enjeux et prospective, Economica, paris, France.

**B. Les articles :**

126. Lucky Kaplan, (2004): skills development in tourism, south africa's tourism development strategy, geojournal, N°60.
127. Sanette FERREIRA, (2004) : problems associated with tourism development in southern in southern africa : the case of transformation conservation areas, geo-journal-netherlands, N°60.
128. TAO NEL : Mangaing side effects of cultural tourism development :the case of zhourhuang, Chinese geographical science, volume 11, N°04, china.

**C. les rapports:**

129. the world Bank, the little book on gender in AFRICA 2012/13, (2013), from Africa développement indicators, Washington..

ثالثا: المواقع الالكترونية:

130. الموقع الرسمي لوزارة تهيئة الإقليم والبيئة: [www.mate.gove.dz](http://www.mate.gove.dz)
131. مقال بعنوان الجزائر الحضائر الوطنية: منشورة على الموقع : [www.algerie.monde.com](http://www.algerie.monde.com)
132. مقال بعنوان الجزائر الحضائر الوطنية منشورة على الموقع: [www.rahhal.net](http://www.rahhal.net)
133. الموسوعة العربية، القانونية والاقتصادية/الاقتصاد/المضاعف الاقتصادي، المجلد 18، عن الموقع: [www.arab-eney.com](http://www.arab-eney.com)، تاريخ الاطلاع: 2013/06/12.
134. [www.books.google.dz](http://www.books.google.dz), consulté le 15/04/2019, 10:17
135. [www.elhiwardz.com](http://www.elhiwardz.com), consulté le 24/03/2019 ,17 :27.
136. [www.feedo.net/lifestyle/travel trips relaxation/tourisme](http://www.feedo.net/lifestyle/travel%20trips%20relaxation/tourisme), consulté le 25/03/2019; 10:15
137. [www.webreviw.dz](http://www.webreviw.dz).consulté .05/05/2019.12 :47
138. [http://specialtres .bayt. Com](http://specialtres.bayt.Com).consulté le 05/05/2019.12 :02
139. <http://www.hrdiscussion.com/hr14827.html>, consulté le 17/04/2019, 17:41
140. [www.univ-chlef.dz/uhbc/.../com-dic-2008-8.pdf](http://www.univ-chlef.dz/uhbc/.../com-dic-2008-8.pdf), consulté le 12/03/2014, 19 :56.
141. [www.wttc.org/sitemedia/uploads/downloads/Algérie.pdf](http://www.wttc.org/sitemedia/uploads/downloads/Algérie.pdf)
142. <https://www.t7wega.com> , consulté le,12-04-2019,16 :15.
143. [http:// skynewsarabia.com](http://skynewsarabia.com) ,consulté le ,12.04.2019,15 :12
144. <http://www.ASJP.CERist.dz>.consulté.12/04/2019,17 :02.
145. <http://www.ouarsenis.com>,consulté le ,01-05-2019,11:03
146. [www.mawdoo3.com](http://www.mawdoo3.com),consulté ,14.04.2019.13:.00
147. [www.mawdoo3.com](http://www.mawdoo3.com),consulté ,13.04.2019.10 :15.
148. [www.andt .dz.org](http://www.andt.dz.org). consulté le ,5/05/2019,15 :03.
149. [www.ennaharonline.com](http://www.ennaharonline.com), consulté le 2/6/2019, 9 :40